



جمهوری اسلامی ایران
وزارت بازرگانی



سازمان توسعه تجارت ایران
Trade Promotion Organization of Iran

تقویم آموزشی

سال ۱۳۹۰

معاونت کمک های تجاری
دفتر اطلاع رسانی تجاری



پیام ریاست کل

سازمان توسعه تجارت ایران بعنوان یک نهاد دانش پایه و پیوند خطیری در افزایش سطح آگاهی مدیران و کارشناسان بنگاه های اقتصادی به ویژه شرکت ها و موسسات یا سازمانهایی که فعالیت آنها به بخش تجارت خارجی مربوط می شود، بر عهده دارد.

امروزه بیش از نیمی از کلید فعالیت های اقتصادی که در دنیا انجام می گیرد به طور مستقیم یا غیر مستقیم به تجارت خارجی ارتباط پیدا میکند و صادرات نیروی محرک اقتصاد کشورها و مهمترین عامل توسعه اقتصادی آنها به شمار می رود. اهمیت آموزش در توسعه صادرات به اندازه ای است که تعداد زیادی از کشورها به ایجاد مراکز آموزشی خاص برای آموزش مسایل نوین تجاری اقدام نموده و به آموزش مسایل علمی مربوط به صادرات می پردازند.

در اغلب دانشگاه ها و مراکز آموزش عالی کشور عمدتاً مسایل تئوریک اقتصادی و بازرگانی به دانشجویان رشته های مدیریت، بازرگانی اقتصاد و دوره های مشابه آموزش داده می شود، این آموزش ها به رغم تمام اهمیتی که دارا هستند نمی توانند نیازهای بخش تجارت برون مرزی کشور را بطور کامل برآورده سازند.

دوره های آموزشی گوناگون سازمان توسعه تجارت ایران که با استقبال روز افزون مدیران، کارشناسان و فعالان بخش تجاری-تولیدی کشور روبه رشد است موضوعات گوناگونی نظیر مدیریت صادرات، خوشه های صادراتی، برندسازی، اخلاق در تجارت، مشتری مداری، فنون مذاکرات تجاری، استراتژی های نوین بازاریابی، قرارداد های بین المللی و ده ها موضوع جدید مرتبط با تجارت خارجی به علاقمندان آموزش داده می شود.

همکاری اساتادان کرامت در دانشگاه ها و مدارس عالی با دوره های تخصصی و عمومی این سازمان و کارگاه های و همایش های گوناگون آن در سالهای اخیر در ارتقای سطح دانش تجاری کشور نقش قابل ملاحظه ایفا نموده و بخش عمده ای از موفقیت برنامه های صادراتی ج.ا.ایران مرهون این همکاری است.

سازمان توسعه تجارت ایران و پیوند خود می داند که از همه کسانی که به برگزاری دوره های آموزشی تخصصی و عمومی و کارگاه های آموزشی این سازمان کمک نموده و در ارتقای کیفیت آنها نقش آفرین بوده اند صمیمانه سپاسگزاری نمایند.

حمید صافدل

معاون وزیر بازرگانی و

رئیس کل سازمان توسعه تجارت ایران

در دنیای امروز آموزش نقش بسیار مهمی در پیشرفت جوامع بشری ایفا می‌کند. هر روز مطالب جدید بر مجموعه گنجینه دانش بشری افزوده می‌شود. سازمان توسعه تجارت ایران به تجربه دریافته است که ارتقای سطح آگاهی جامعه تجاری ایران و آشنایی صادرکنندگان، واردکنندگان، مدیران بنگاه‌های اقتصادی و تولیدی، کارشناسان و بطور کلی همه افرادی که در بخش‌های مرتبط با تولید و تجارت فعالیت دارند می‌توانند در تقویت بنیه‌های اقتصادی کشور و تحقق اهداف برنامه‌های توسعه اقتصادی جمهوری اسلامی ایران نقش بسزایی داشته باشند.

دفتر اطلاع‌رسانی تجاری سازمان توسعه تجارت ایران طی سال‌های اخیر از طریق سازماندهی دوره‌های آموزشی گوناگون موفق شده است جامعه تجاری ایران را با کلیه موضوعاتی که می‌تواند به توسعه صادرات ایران و ایجاد تحول در ساختار آن نقش آفرین باشد آشنا سازد و به گسترش هرچه بیشتر بازارهای صادراتی کشور و ارتقای کیفیت کالاهای صادراتی و بالا رفتن ارزش افزوده به آنها کمک نمایند.

به طور کلی دوره‌های آموزشی سازمان توسعه تجارت ایران در سه بخش ارائه می‌گردد:

۱- دوره‌های آموزشی که در آنها کارشناسان یا نمایندگان شرکت‌های تولیدی - تجاری، مدیران بنگاه‌های تجاری یا صنعتی شرکت می‌کنند و با موضوعات نوینی که می‌تواند مکمل تحصیلات آکادمیک آنها باشد و به پیشرفت آنها در امر بازاریابی - به مفهوم وسیع کلمه - کمک نماید آشنا می‌شوند

۲- دوره‌های آموزشی اختصاصی: برای ارتقای سطح آگاهی اتاق‌های تعاون بازرگانی، تشکل‌های صنفی، اتحادیه‌ها و آشنا کردن آنها با مطالبی که آنها را در مذاکرات تجاری بین‌المللی، عقد قراردادهای، ارتقای کیفی کالاهای تحت پوشش، روش‌های قیمت‌گذاری، برندسازی، تبلیغات و غیره یاری نماید.

۳- دوره‌های آموزشی ویژه استانها که با همکاری معاونت توسعه تجارت خارجی سازمان‌های بازرگانی استانهای کشور برگزار می‌شود و سازمان توسعه تجارت بخشی از هزینه‌های مرتبط با این دوره‌ها را بصورت یارانه پرداخت می‌کند

این سازمان از سال ۱۳۶۸ تاکنون نسبت به برگزاری ۲۶۱۵ دوره (مقدماتی - تخصصی - پیشرفته و عمومی) آموزشی اقدام نموده که بالغ بر ۱۲۸۵۰۰ نفر در این دوره‌ها شرکت داشتند.

در تقویم آموزشی که از نظرتان می‌گذرد مدت دوره‌های آموزشی سال ۱۳۹۰ و عناوین دوره‌ها و تاریخ برگزاری آنها مشخص شده است.

شرایط ثبت نام و راهنمای شرکت در دوره های آموزشی

بند یک :

بمنظور ارتقاء دانش تخصصی بازرگانی مدیران و کارشناسان بنگاه های تولیدی و صادراتی کشور و در راستای اقدامات حمایتی سازمان توسعه تجارت ایران ، دوره های آموزشی مندرج در تقویم سال ۱۳۹۰ صرفاً جهت شرکت های واجد شرایط ذیل بصورت رایگان برگزار خواهد گردید .

- صادرکنندگان نمونه ، با ارائه گواهینامه صادر کننده نمونه کشوری
- اعضای بانک اطلاعات صادر کنندگان سازمان توسعه تجارت ایران ، با ارائه نامه عضویت در بانک اطلاعات توسط سازمان بازرگانی استان مربوطه (۱۳۹۰_۱۳۸۸)
- اعضای اتاق های بازرگانی و صنایع و معادن ایران ، با ارائه کارت عضویت معتبر
- اعضای اتاق های تعاون ، با ارائه کارت عضویت معتبر و ارائه معرفی نامه از سوی اتاق مذکور
- اتحادیه ها ، انجمن ها و تشکل ها و شرکت های تولیدی و صادراتی با ارائه معرفی نامه از سوی انجمن مربوطه

تبصره:

- هر شرکت در هر دوره مجاز به معرفی حد اکثریک نفر از پرسنل رسمی شاغل متناسب با نوع دوره آموزشی میباشد .
- افراد معرفی شده مجاز به شرکت در حداکثر دو دوره آموزشی میباشد .

بند دو :

شرایط شرکت کنندگان

- مدرک تحصیلی ترجیحاً لیسانس یا بالاتر ، دانش و سابقه کار مورد نیاز برای شرکت در دوره ها

بند سه : مدارک لازم:

- ارائه اصل معرفی نامه شرکت ، تصویر کارت ملی ، مدارک مندرج در بند یک ، فرم ثبت نام

بند چهار :

نحوه ارائه مدارک و مراحل ثبت نام :

- کلیه متقاضیان جهت دریافت اطلاعات میتوانند به نشانی اینترنتی www.tpo.ir/training مراجعه فرمایند .
- داوطلبان جهت ثبت نام نهایی میبایست اصل مدارک لازم را یک هفته قبل از برگزاری هر دوره به واحد آموزش تحویل نمایند
- ثبت نام بر اساس استاندارد ظرفیت پذیرش کلاسها ، اولویت در زمان ثبت نام و تکمیل و ارائه مدارک میباشد.

مقررات آموزشی :

- به منظور ایجاد نظم، مقتضی است کلیه شرکت کنندگان ، حداقل ۵ دقیقه قبل از شروع کلاس در محل برگزاری جلسه حضور داشته باشند .
- رعایت شئونات اسلامی از قبیل حجاب ، اخلاق و شعایر اسلامی ، حفظ حرمت کلاس درس و استاد برای کلیه افراد الزامی می باشد و عدم رعایت آن موجب محرومیت از حضور در دوره خواهد گردید .
- غیبت بیش از یک پنجم کل ساعات دوره موجب محرومیت از شرکت در آزمون و دریافت گواهینامه ، خواهد شد.
- در صورت انصراف از شرکت در دوره ها داوطلبان می بایست مراتب را دو روز کاری قبل از شروع دوره به واحد آموزش بصورت مکتوب اعلام نمایند .

نشانی : تهران - خیابان ولیعصر - بزرگراه شهید چمران - محل دائمی نمایشگاه های بین المللی سازمان توسعه تجارت ایران

محل برگزاری کلاس : ساختمان شماره ۲ (ساختمان رفاهی) طبقه دوم

محل ثبت نام : ساختمان شماره ۴ (سالن ۱۶) دفتر اطلاع رسانی تجاری اتاق های شماره ۲۷ و ۲۸

تلفنهای تماس: ۲۲۶۶۳۸۶۵-۲۲۶۶۳۸۷۹-۲۱۹۱۲۷۲۷-۲۲۶۶۳۸۷۹ شماره: ۲۲۶۶۳۸۷۹ نشانی اینترنتی : www.tpo.ir/training

صفحه	فهرست
۴	شرایط ثبت نام و راهنمای شرکت در دوره های آموزشی
۵	فرم ثبت نام دوره های آموزشی
۱۰	تقویم آموزشی در یک نگاه
	کارگاهها و سمینار های آموزشی :
۱۴	آشنایی با بازارکشور چین
۱۵	مکاتبات تجاری به زبان انگلیسی
۱۷	راهکارهای اجرایی ثبت و توسعه شرکت مدیریت صادرات
۱۸	قوانین ومقررات صادرات وواردات
۱۹	آشنایی باحقوق مالکیت معنوی وفرآیند ثبت نام تجاری (Brand)
۲۰	آشنایی با بازار کشور ونزوئلا
۲۱	آشنایی با ابزارهای تحلیل بازار مرکز تجارت بین الملل ITC
۲۲	تامین مالی صادرات (EXPORT FINANCE)
۲۳	آشنایی باضوابط ومعیارهای انتخاب صادر کننده نمونه ملی واستانی
۲۴	بازاریابی بین المللی
۲۵	مدیریت واردات کالا وسفارشات خارجی
۲۸	اخلاق در تجارت
۲۹	بازاریابی وصادرات خدمات فنی ومهندسی
۳۰	آشنایی با اصول ،قواعدو موافقت نامه های سازمان جهانی تجارت
۳۱	مدیریت گروه های مختلف مشتریان با هدف ارتقاء سود آوری
۳۲	اعتبارات اسنادی ، ضمانت نامه ها و UCP 600
۳۳	آشنایی با بازار کشور مصر
۳۴	آشنایی باتفکرات نوین بازاریابی و مشتری گرایی و مکانیزم های اجرای بازاریابی جامع درسازمان
۳۵	امورگمرکی و ترخیص کالا
۳۶	اجرای نمایشگاه های بین المللی درداخل وخارج از کشور
۳۷	اصول ،فنون وهنرمذاکرات تجاری باگرایش مذاکرات بین المللی
۳۸	مدیریت برنامه ریزی حمل ونقل بین المللی و اینکوترمز ۲۰۱۰
۳۹	بازاریابی و نمایشگاه
۴۰	آشنایی بافرصتهای تجاری درمناطق آزاد ویژه اقتصادی
۴۱	آشنایی با بازار کشور افغانستان
۴۲	جبرانهای تجاری درسازمان تجارت جهانی
۴۳	محیط و آداب مذاکرات بین المللی
۴۴	تجارت برند حلال
۴۵	فرآیند تولید وتجاری سازی فناوری پیشرفته
۴۶	مدیریت صادرات کالا
۴۸	مذاکرات تجاری به زبان انگلیسی
۴۹	آشنایی با بازار کشور عراق
۵۰	مدیریت فروش SALES MANAGEMENT
۵۱	دسترسی به بازار درسازمان جهانی تجارت

صفحه	فهرست
	کارگاهها و سمینار های آموزشی :
۵۲	چگونگی رفع اختلافات گمرکی
۵۳	آشنایی با سازمانهای اقتصادی، بازرگانی بین المللی
۵۴	آشنایی با اصطلاحات، واژه ها و اسناد بازرگانی بین المللی
۵۵	آشنایی با مهارت های اعزام و پذیرش هیات های تجاری
۵۶	اصول و نحوه عملی تنظیم قراردادهای بازرگانی داخلی و قراردادهای بین المللی بازرگانی خارجی
۵۸	روش های دستیابی به منابع اطلاعات تجاری و نحوه تنظیم گزارشات بازرگانی با استفاده از شبکه جهانی اینترنت
۵۹	آشنایی با بازار کشور روسیه
۶۰	موافقت نامه عمومی تجارت خدمات در سازمان جهانی تجارت
۶۱	ممنوعیت های گمرکی
۶۲	مدیریت بازاریابی استراتژیک
۶۳	نام تجاری (BRAND) و نقش آن در پیشبرد اهداف تجاری
۶۴	استفاده از روش های غیر اعتبار اسنادی
۶۵	رقابت پذیری بنگاه ها و توسعه فضای رقابتی
۶۶	جنبه های تجاری حقوق مالکیت فکری در سازمان جهانی تجارت
۶۷	فرآیند تدوین برنامه بازاریابی (MARKETING PLAN)
۶۸	آشنایی با بازار کشور هندوستان
۶۹	تکنیک ها و روشهای افزایش فروش با استفاده از ابزارهای بازاریابی
۷۰	آشنایی با روش طبقه بندی کالا در گمرک
۷۱	مدیریت تبلیغات تجاری
۷۲	موافقت نامه های گمرکی در سازمان جهانی تجارت
۷۳	آشنایی با بازار کشور اندونزی
۷۴	ارتباط موثر در مرادوات بازرگانی و نقش آن در جذب و حفظ مشتری
۷۵	آسیب شناسی رفتاری در گمرک در ارتباط با واردات و صادرات
۷۶	مدیریت نام تجاری
۷۷	مدیریت ارتباط با مشتریان (CRM)
۷۸	تحقیقات بازاریابی بین المللی
۷۹	آشنایی با ساختار بازار و اقتصاد آفریقا
۸۰	تشریفات بین المللی تجارت
۸۱	کسریا اضافه دریافتی ها و نحوه تسویه آنها در گمرک

صفحه	فهرست
	کارگاهها و سمینارهای آموزشی :
۸۲	آشنایی با بازار کشور قزاقستان
۸۳	موافقت نامه کشاورزی در سازمان جهانی تجارت
۸۴	استاندارد ها در سازمان جهانی تجارت
۸۵	تخلفات در امور گمرکی
۸۶	حل اختلافات در سازمان جهانی تجارت
۸۷	ارزش گذاری کالاها و ورودی در گمرک
۸۸	استراتژی های فروش و بازاریابی در شرایط رکود و بحران
۸۹	خریدهای دولتی و تجارت دولتی در سازمان جهانی تجارت
۹۰	آشنایی با بازار کشور بلاروس
۹۱	تشریفات در نمایشگاه های بین المللی داخل و خارج از کشور
۹۲	اسناد گمرکی ملی و بین المللی
۹۳	مدیریت بازاریابی برای مدیران ارشد
۹۴	مدیریت شکایت مشتریان

تقویم آموزشی در یک نگاه

ردیف	نام دوره / کارگاه / سمینار آموزشی	تاریخ شروع و پایان	مدت	روزهای برگزاری
۱.	آشنایی با بازارکشور چین	۱۳۹۰/۷/۴	یک روز	دو شنبه
۲.	مکاتبات تجاری به زبان انگلیسی	۱۳۹۰/۳/۲۱ ۱۳۹۰/۵/۸	۸ روز	شنبه ها
۳.	راهکارهای اجرایی ثبت و توسعه شرکت مدیریت صادرات	۱۳۹۰/۳/۲۱	یک روز	شنبه
۴.	قوانین ومقررات صادرات و واردات	۱۳۹۰/۳/۲۳	یک روز	دوشنبه
۵.	آشنایی باحقوق مالکیت معنوی وفرآیند ثبت نام تجاری	۱۳۹۰/۳/۲۹	یک روز	یکشنبه
۶.	آشنایی با بازار کشور ونزونلا	۱۳۹۰/۱۰/۵	یک روز	دوشنبه
۷.	آشنایی با ابزارهای تحلیل بازار مرکز تجارت بین الملل ITC	۱۳۹۰/۳/۳۱	یک روز	سه شنبه
۸.	تامین مالی صادرات (EXPORT FINANCE)	۱۳۹۰/۴/۵ ۱۳۹۰/۴/۶	دوروز	یک شنبه ودوشنبه
۹.	آشنایی باضوابط ومعیارهای انتخاب صادرکننده نمونه ملی واستانی	۱۳۹۰/۴/۵	یک روز	یکشنبه
۱۰.	بازاریابی بین المللی	۱۳۹۰/۴/۷ ۱۳۹۰/۴/۸	دو روز	سه شنبه وچهارشنبه
۱۱.	مدیریت واردات کالا وسفارشات خارجی	۱۳۹۰/۴/۱۱ ۱۳۹۰/۴/۲۵	۵ روز	شنبه و یک شنبه ها
۱۲.	اخلاق در تجارت	۱۳۹۰/۴/۱۳	یک روز	دوشنبه
۱۳.	بازاریابی وصادرات خدمات فنی ومهندسی	۱۳۹۰/۴/۱۴ ۱۳۹۰/۴/۱۵	دو روز	سه شنبه وچهارشنبه
۱۴.	آشنایی با اصول ،قواعدو موافقت نامه های سازمان جهانی تجارت	۱۳۹۰/۴/۱۴ ۱۳۹۰/۴/۲۱	دو روز	سه شنبه ها
۱۵.	مدیریت گروه های مختلف مشتریان با هدف ارتقاء سود آوری	۱۳۹۰/۴/۲۰	یک روز	دوشنبه
۱۶.	اعتبارات اسنادی ، ضمانت نامه ها و UCP 600	۱۳۹۰/۴/۱۹ ۱۳۹۰/۴/۲۰	دوروز	یک شنبه و دوشنبه
۱۷.	آشنایی با بازار کشورمصر	۱۳۹۰/۴/۲۲	یک روز	چهارشنبه
۱۸.	آشنایی باتفکرات نوین بازاریابی و مشتری گرایی و مکانیزم های اجرای بازاریابی جامع درسازمان	۱۳۹۰/۴/۲۷	یک روز	دوشنبه
۱۹.	امورگمرکی و ترخیص کالا	۱۳۹۰/۴/۲۸ ۱۳۹۰/۴/۲۹	دو روز	سه شنبه و چهارشنبه
۲۰.	اجرای نمایشگاه های بین المللی درداخل وخارج ازکشور	۱۳۹۰/۴/۲۸ ۱۳۹۰/۴/۲۹	دوروز	سه شنبه وچهارشنبه
۲۱.	اصول ،فنون وهنرمذاکرات تجاری باگرایش مذاکرات بین المللی	۱۳۹۰/۵/۱	یک روز	شنبه
۲۲.	مدیریت برنامه ریزی حمل ونقل بین المللی و اینکوترمز ۲۰۱۰	۱۳۹۰/۵/۲ ۱۳۹۰/۵/۳	دو روز	یک شنبه و دوشنبه
۲۳.	بازاریابی و نمایشگاه	۱۳۹۰/۵/۲	یک روز	یک شنبه
۲۴.	آشنایی بافرصتهای تجاری درمناطق آزاد وبژه اقتصادی	۱۳۹۰/۵/۳	یک روز	دوشنبه
۲۵.	آشنایی با بازار کشور افغانستان	۱۳۹۰/۵/۴	یک روز	سه شنبه
۲۶.	جبرانهای تجاری درسازمان تجارت جهانی	۱۳۹۰/۵/۴	یک روز	سه شنبه

تقویم آموزشی در یک نگاه

ردیف	نام دوره / کارگاه / سمینار آموزشی	تاریخ شروع و پایان	مدت	روزهای برگزاری
۲۷	محیط و آداب مذاکرات بین المللی	۱۳۹۰/۵/۵	یک روز	چهارشنبه
۲۸	تجارت برند حلال	۱۳۹۰/۵/۱۷	یک روز	دوشنبه
۲۹	فرآیند تولید و تجاری سازی فناوری پیشرفته	۱۳۹۰/۵/۲۱	یک روز	دوشنبه
۳۰	مدیریت صادرات کالا	۱۳۹۰/۶/۱۲ ۱۳۹۰/۶/۲۰	۴ روز	شنبه و یکشنبه ها
۳۱	مکانبات تجاری به زبان انگلیسی	۱۳۹۰/۶/۱۲ ۱۳۹۰/۸/۷	۸ روز	شنبه ها
۳۲	مذاکرات تجاری به زبان انگلیسی	۱۳۹۰/۶/۱۳ ۱۳۹۰/۷/۳	۴ روز	یکشنبه ها
۳۳	آشنایی با بازار کشور عراق	۱۳۹۰/۶/۱۴	یک روز	دوشنبه
۳۴	مدیریت فروش SALES MANAGEMENT	۱۳۹۰/۶/۱۵ ۱۳۹۰/۶/۱۶	دو روز	سه شنبه و چهارشنبه
۳۵	دسترسی به بازار در سازمان جهانی تجارت	۱۳۹۰/۶/۱۵	یک روز	سه شنبه
۳۶	چگونگی رفع اختلافات گمرکی	۱۳۹۰/۶/۱۶	یک روز	چهارشنبه
۳۷	آشنایی با سازمانهای اقتصادی، بازرگانی بین المللی	۱۳۹۰/۶/۲۱	یک روز	دوشنبه
۳۸	آشنایی با اصطلاحات، واژه ها و اسناد بازرگانی بین المللی	۱۳۹۰/۶/۲۲ ۱۳۹۰/۶/۳۰	۴ روز	سه شنبه و چهارشنبه ها
۳۹	آشنایی با مهارت های اعزام و پذیرش هیات های تجاری	۱۳۹۰/۶/۲۲ ۱۳۹۰/۶/۲۳	دو روز	سه شنبه و چهارشنبه
۴۰	اصول و نحوه عملی تنظیم قراردادهای بازرگانی داخلی و قراردادهای بین المللی بازرگانی خارجی	۱۳۹۰/۶/۲۷ ۱۳۹۰/۷/۱۷	۴ روز	یکشنبه ها
۴۱	روش های دستیابی به منابع اطلاعات تجاری و نحوه تنظیم گزارشات بازرگانی با استفاده از شبکه جهانی اینترنت	۱۳۹۰/۶/۲۸	یک روز	دوشنبه
۴۲	آشنایی با بازار کشور روسیه	۱۳۹۰/۶/۲۹	یک روز	سه شنبه
۴۳	موافقت نامه عمومی تجارت خدمات در سازمان جهانی تجارت	۱۳۹۰/۷/۵	یک روز	سه شنبه
۴۴	ممنوعیت های گمرکی	۱۳۹۰/۷/۶	یک روز	چهارشنبه
۴۵	مدیریت بازاریابی استراتژیک	۱۳۹۰/۷/۹ ۱۳۹۰/۷/۱۰	دو روز	شنبه و یکشنبه
۴۶	راهکارهای اجرایی ثبت و توسعه شرکت مدیریت صادرات	۱۳۹۰/۷/۱۱	یک روز	دوشنبه
۴۷	نام تجاری (BRAND) و نقش آن در پیشبرد اهداف تجاری	۱۳۹۰/۷/۱۲ ۱۳۹۰/۷/۱۳	دو روز	سه شنبه و چهارشنبه
۴۸	استفاده از روش های غیر اعتبار اسنادی	۱۳۹۰/۷/۱۲ ۱۳۹۰/۷/۱۳	دو روز	سه شنبه و چهارشنبه
۴۹	رقابت پذیری بنگاه ها و توسعه فضای رقابتی	۱۳۹۰/۷/۱۶ ۱۳۹۰/۷/۱۷	دو روز	شنبه و یکشنبه
۵۰	قوانین و مقررات صادرات و واردات	۱۳۹۰/۷/۱۸	یک روز	دوشنبه
۵۱	جنبه های تجاری حقوق مالکیت فکری در سازمان جهانی تجارت	۱۳۹۰/۷/۱۹	یک روز	سه شنبه
۵۲	فرآیند تدوین برنامه بازاریابی (MARKETING PLAN)	۱۳۹۰/۷/۲۳ ۱۳۹۰/۷/۲۴	دو روز	شنبه و یکشنبه

تقویم آموزشی در یک نگاه

روزهای برگزاری	مدت	تاریخ شروع و پایان	نام دوره / کارگاه / سمینار آموزشی	ردیف
دوشنبه	یک روز	۱۳۹۰/۷/۲۵	آشنایی با بازار کشور هندوستان	۵۳
دوشنبه	یک روز	۱۳۹۰/۷/۲۵	آشنایی با ابزارهای تحلیل بازار مرکز تجارت بین الملل ITC	۵۴
سه شنبه و چهارشنبه	دو روز	۱۳۹۰/۷/۲۶ ۱۳۹۰/۷/۲۷	تکنیک ها و روشهای افزایش فروش با استفاده از ابزارهای بازاریابی	۵۵
چهارشنبه	یک روز	۱۳۹۰/۷/۲۷	آشنایی با روش طبقه بندی کالا در گمرک	۵۶
شنبه و یکشنبه ها	۵ روز	۱۳۹۰/۷/۳۰ ۱۳۹۰/۸/۱۴	مدیریت واردات کالا و سفارشات خارجی	۵۷
سه شنبه و چهارشنبه	دو روز	۱۳۹۰/۸/۳ ۱۳۹۰/۸/۴	مدیریت فروش SALES MANAGEMENT	۵۸
سه شنبه	یک روز	۱۳۹۰/۸/۳	موافقت نامه های گمرکی در سازمان جهانی تجارت	۵۹
یکشنبه و دوشنبه	دو روز	۱۳۹۰/۸/۸ ۱۳۹۰/۸/۹	مدیریت تبلیغات تجاری	۶۰
سه شنبه	یک روز	۱۳۹۰/۸/۱۰	آشنایی با بازار کشور اندونزی	۶۱
چهارشنبه	یک روز	۱۳۹۰/۸/۱۱	ارتباط موثر در مرادبات بازرگانی و نقش آن در جذب و حفظ مشتری	۶۲
چهارشنبه	یک روز	۱۳۹۰/۸/۱۱	آسیب شناسی رفتاری در گمرک در ارتباط با واردات و صادرات	۶۳
شنبه ها	۸ روز	۱۳۹۰/۸/۱۴ ۱۳۹۰/۱۰/۳	مکاتبات تجاری به زبان انگلیسی	۶۴
سه شنبه و چهارشنبه	دو روز	۱۳۹۰/۸/۱۷ ۱۳۹۰/۸/۱۸	مدیریت نام تجاری	۶۵
شنبه و یکشنبه	دو روز	۱۳۹۰/۸/۲۱ ۱۳۹۰/۸/۲۲	مدیریت ارتباط با مشتریان (CRM)	۶۶
یکشنبه و دوشنبه	دو روز	۱۳۹۰/۸/۲۲ ۱۳۹۰/۸/۲۳	اعتبارات اسنادی ، ضمانت نامه ها و UCP 600	۶۷
شنبه و یکشنبه	دو روز	۱۳۹۰/۸/۲۸ ۱۳۹۰/۸/۲۹	تحقیقات بازاریابی بین المللی	۶۸
دوشنبه	یک روز	۱۳۹۰/۸/۳۰	آشنایی با ساختار بازار و اقتصاد آفریقا	۶۹
چهارشنبه	یک روز	۱۳۹۰/۹/۲	تشریفات بین المللی تجارت	۷۰
چهارشنبه	یک روز	۱۳۹۰/۹/۲	کسریا اضافه دریافتی ها ونحوه تسویه آنها در گمرک	۷۱
شنبه ها	۴ روز	۱۳۹۰/۹/۵ ۱۳۹۰/۹/۲۶	مدیریت صادرات کالا	۷۲
یکشنبه ها	۴ روز	۱۳۹۰/۹/۶ ۱۳۹۰/۹/۲۷	مذاکرات تجاری به زبان انگلیسی	۷۳
دوشنبه	یک روز	۱۳۹۰/۹/۷	آشنایی با بازار کشور قزاقستان	۷۴
سه شنبه	یک روز	۱۳۹۰/۹/۸	موافقت نامه کشاورزی در سازمان جهانی تجارت	۷۵
سه شنبه و چهارشنبه	دو روز	۱۳۹۰/۹/۸ ۱۳۹۰/۹/۹	بازاریابی بین المللی	۷۶
سه شنبه	یک روز	۱۳۹۰/۹/۲۲	استاندارد ها در سازمان جهانی تجارت	۷۷
سه شنبه و چهارشنبه	دو روز	۱۳۹۰/۹/۲۲ ۱۳۹۰/۹/۲۳	بازاریابی و صادرات خدمات فنی ومهندسی	۷۸
چهارشنبه	یک روز	۱۳۹۰/۹/۲۳	تخلفات در امور گمرکی	۷۹

تقویم آموزشی در یک نگاه

ردیف	نام دوره / کارگاه / سمینار آموزشی	تاریخ شروع و پایان	مدت	روزهای برگزاری
۸۰.	اصول و نحوه عملی تنظیم قراردادهای بازرگانی داخلی و قراردادهای بین المللی بازرگانی خارجی	۱۳۹۰/۹/۲۷ ۱۳۹۰/۱۰/۱۸	۴ روز	یکشنبه ها
۸۱.	اجرای نمایشگاه های بین المللی در داخل و خارج از کشور	۱۳۹۰/۹/۲۹ ۱۳۹۰/۹/۳۰	دوروز	سه شنبه و چهارشنبه
۸۲.	حل اختلافات در سازمان جهانی تجارت	۱۳۹۰/۱۰/۶	یک روز	سه شنبه
۸۳.	ارزش گذاری کالاها و ورودی در گمرک	۱۳۹۰/۱۰/۷	یک روز	چهارشنبه
۸۴.	مکاتبات تجاری به زبان انگلیسی	۱۳۹۰/۱۰/۱۰ ۱۳۹۰/۱۲/۲۰	۸ روز	شنبه ها
۸۵.	مدیریت برنامه ریزی حمل و نقل بین المللی و اینکوترمز ۲۰۱۰	۱۳۹۰/۱۰/۱۱ ۱۳۹۰/۱۰/۱۲	دو روز	یکشنبه و دوشنبه
۸۶.	مدیریت ارتباط با مشتریان (CRM)	۱۳۹۰/۱۰/۱۷ ۱۳۹۰/۱۰/۱۸	دو روز	شنبه و یکشنبه
۸۷.	استراتژی های فروش و بازاریابی در شرایط رکود و بحران	۱۳۹۰/۱۰/۲۰ ۱۳۹۰/۱۰/۲۱	دو روز	سه شنبه و چهارشنبه
۸۸.	فرآیند تدوین برنامه بازاریابی (MARKETING PLAN)	۱۳۹۰/۱۰/۲۵ ۱۳۹۰/۱۰/۲۶	دو روز	یکشنبه و دو شنبه
۸۹.	تامین مالی صادرات (EXPORT FINANCE)	۱۳۹۰/۱۱/۹ ۱۳۹۰/۱۱/۱۰	دو روز	یکشنبه و دوشنبه
۹۰.	آشنایی با سازمانهای اقتصادی، بازرگانی بین المللی	۱۳۹۰/۱۱/۱۰	یک روز	دوشنبه
۹۱.	خریده های دولتی و تجارت دولتی در سازمان جهانی تجارت	۱۳۹۰/۱۱/۱۱	یک روز	سه شنبه
۹۲.	آشنایی با بازار کشور بلا روس	۱۳۹۰/۱۱/۱۱	یک روز	سه شنبه
۹۳.	اصول، فنون و هنر مذاکرات تجاری با گرایش مذاکرات بین المللی	۱۳۹۰/۱۱/۱۵	یک روز	شنبه
۹۴.	اخلاق در تجارت	۱۳۹۰/۱۱/۱۶	یک روز	یکشنبه
۹۵.	روش های دستیابی به منابع اطلاعات تجاری و نحوه تنظیم گزارشات بازرگانی با استفاده از شبکه جهانی اینترنت	۱۳۹۰/۱۱/۱۷	یک روز	دوشنبه
۹۶.	بازاریابی و نمایشگاه	۱۳۹۰/۱۱/۱۸	یک روز	سه شنبه
۹۷.	آشنایی با اصول، قواعد و موافقت نامه های سازمان جهانی تجارت	۱۳۹۰/۱۱/۱۸ ۱۳۹۰/۱۱/۲۵	دو روز	سه شنبه ها
۹۸.	تشریفات در نمایشگاه های بین المللی داخل و خارج از کشور	۱۳۹۰/۱۱/۱۹	یک روز	چهارشنبه
۹۹.	مدیریت تبلیغات تجاری	۱۳۹۰/۱۱/۲۵ ۱۳۹۰/۱۱/۲۶	دو روز	سه شنبه و چهارشنبه
۱۰۰.	اسناد گمرکی ملی و بین المللی	۱۳۹۰/۱۱/۲۶	یک روز	چهارشنبه
۱۰۱.	تحقیقات بازاریابی بین المللی	۱۳۹۰/۱۱/۲۹ ۱۳۹۰/۱۱/۳۰	دو روز	شنبه و یکشنبه
۱۰۲.	مدیریت گروه های مختلف مشتریان با هدف ارتقا سودآوری	۱۳۹۰/۱۲/۱	یک روز	دوشنبه
۱۰۳.	آشنایی با اصطلاحات، واژه ها و اسناد بازرگانی بین المللی	۱۳۹۰/۱۲/۲ ۱۳۹۰/۱۲/۱۰	۴ روز	سه شنبه و چهارشنبه ها
۱۰۴.	مدیریت بازاریابی برای مدیران ارشد	۱۳۹۰/۱۲/۶ ۱۳۹۰/۱۲/۷	دو روز	شنبه و یکشنبه

تقویم آموزشی در یک نگاه

روزهای برگزاری	مدت	تاریخ شروع و پایان	نام دوره / کارگاه / سمینار آموزشی	ردیف
یک شنبه و دوشنبه	دو روز	۱۳۹۰/۱۲/۷ ۱۳۹۰/۱۲/۸	استفاده از روش های غیر اعتبار اسنادی	۱۰۵
شنبه	یک روز	۱۳۹۰/۱۲/۱۳	مدیریت شکایت مشتریان	۱۰۶
سه شنبه و چهارشنبه	دو روز	۱۳۹۰/۱۲/۱۶ ۱۳۹۰/۱۲/۱۷	امور گمرکی و ترخیص کالا	۱۰۷

سمینار آموزشی آشنایی با بازار کشور چین

هدف: آشنایی فعالان اقتصادی و ذینفعان با کشور چین و راهکارهای توسعه مناسبات با آن کشور

مخاطبان: مدیران و کارشناسان بازرگانی تشکل ها و بنگاههای تولیدی و تجاری

اهم عناوین مورد بحث:

- اطلاعات اساسی چین
- نظام اقتصادی
- شاخص های کلان اقتصادی و تجاری
- روند مبادلات تجاری چین با جهان
- نظام تجاری چین
- سرمایه گذاری مستقیم خارجی در چین
- روابط دوجانبه سیاسی ایران و چین
- روابط دوجانبه اقتصادی ایران و چین
- زیرساخت های تجاری و اقتصادی موجود
- روند مبادلات تجاری ایران و چین
- معرفی پتانسیل های صادراتی ایران به چین
- مشکلات و موانع موجود
- ارائه راهکارهای پیشنهادی گسترش روابط دوجانبه

ارایه کننده: دفتر بازرگانی کشورهای آسیا و اقیانوسیه سازمان توسعه تجارت ایران

تاریخ برگزاری	مدت	ساعت برگزاری
دوشنبه ۱۳۹۰/۷/۴	یک روز	۱۳ - ۸:۳۰

Topics:

Presentation of the business letter

- Structure of the business letters
- Content and style
- Order and sequence
- Enclosures

Sales letters

- Announcing a new product
- Selling existing product
- Brochure and catalog cover letters

Enquiries

- Making enquiries
- Asking for price list, catalog, etc
- Suggesting terms, methods of payment, and discount
- Request for general information

Replies and quotation

- Replying to an enquiry
- Opening
- Confirming that you can help
- Preparing a quotation

Orders and order execution

- Placing an order
- Delays in delivery
- Refusing an order
- Acknowledging an order

Preparing a Proforma Invoice

- Specification of a P/I

Terms of payment

- Statement of accounts
- Advice of payment
- Delayed payment
- Asking for more time to pay

International banking

- Letter of credit
- Bills of exchange
- The stages in documentary credit transaction types of L/C's
- Shipping documents

Complaint and adjustments

- The language of complaint
- Explaining the problem
- Asking for time to investigate the complaint
- Suggesting a solution

Agents and agencies

- Types of agency
- Finding an agent
- Asking for an agency
- Convincing the manufacturer
- The agency's contract

INTERNATIONAL BUSINESS CORRESPONDENCE COURSE

کارگاه آموزشی مکاتبات تجاری به زبان انگلیسی

هدف : آشنایی با مفاهیم و اصطلاحات بازرگانی بین المللی و نحوه تنظیم انواع مکاتبات تجاری

مخاطبان : مدیران و کارشناسان بخش بازرگانی خارجی

Transportation and Shipping

- Road, rail, and air transport
- Shipping
- Shipping documentation
- Bill of lading
- Container services
- Documentation

For exporting goods

For importing goods

Insurance letters

* آشنایی کامل به زبان انگلیسی جهت بهره برداری از کلاس ضروری می باشد .

روزها و ساعت برگزاری	مدت	تاریخ پایان	تاریخ شروع
شنبه ها ۸:۳۰ - ۱۳	۸ روز	۱۳۹۰/۵/۸	۱۳۹۰/۳/۲۱
شنبه ها ۸:۳۰ - ۱۳	۸ روز	۱۳۹۰/۸/۷	۱۳۹۰/۶/۱۲
شنبه ها ۸:۳۰ - ۱۳	۸ روز	۱۳۹۰/۱۰/۳	۱۳۹۰/۸/۱۴
شنبه ها ۸:۳۰ - ۱۳	۸ روز	۱۳۹۰/۱۲/۲۰	۱۳۹۰/۱۰/۱۰

سمینار آموزشی راهکارهای اجرایی ثبت و توسعه شرکت مدیریت صادرات

هدف : معرفی راهکارهای اجرایی ثبت شرکت مدیریت صادرات با توجه به نیازهای بازار هدف

مخاطبان : انواع شبکه ها شامل خوشه ها و تشکل ها ، صنوف و مدیران و کارشناسان بنگاه های تولیدی و تجاری

اهم عناوین مورد بحث :

- معرفی شرکت مدیریت صادرات
- وجوه اشتراک و افتراق شرکت مدیریت صادرات با سایر بنگاه های تجاری
- وضعیت حقوقی شرکت مدیریت صادرات
- مطالعه تطبیقی شرکت های مدیریت صادرات در سایر کشورها
- اهم فعالیت های شرکت مدیریت صادرات
- نقشه راه ثبت و توسعه شرکت مدیریت صادرات

ارایه کننده : دفتر امور بنگاهها سازمان توسعه تجارت ایران

ساعت برگزاری	مدت	تاریخ برگزاری
۸:۳۰ - ۱۳	یک روز	شنبه ۱۳۹۰/۳/۲۱
۸:۳۰ - ۱۳	یک روز	دوشنبه ۱۳۹۰/۷/۱۱

کارگاه آموزشی قوانین و مقررات صادرات و واردات

هدف: آشنایی بنگاههای تجاری با قوانین و مقررات صادرات و واردات

مخاطبان: مدیران و کارشناسان شرکتهای تولیدی و تجاری

اهم عناوین مورد بحث:

- مقدمه (حقوق اساسی، حقوق عمومی، حقوق خصوصی، قوانین بین المللی و کنوانسیونها)
- رژیم تجاری - سیاست تجاری و قوانین مرتبط
- تاریخچه قوانین تجاری ایران
- فهرستی از عمده ترین قوانین مرتبط با صادرات و واردات
- تکالیف تجار در قانون امور گمرکی
- تکالیف تجار در قانون مقررات صادرات و واردات
- مالیات، معافیت ها، تخفیف ها و مواد قانونی مرتبط
- کارت بازرگانی (کارت دائم، کارت موقت و ...)
- پیمان ارزی، واردات در مقابل صادرات، اعتبار اسنادی و مسائل مرتبط با ارز و بانک مرکزی
- ورود موقت، استرداد، صادرات مجدد، مجوز، گواهی مراجع صدور قوانین و مستندات
- رفع ابهامات، رسیدگی به شکایات و حل اختلافات
- مقررات فنی، ایمنی، بهداشتی، محیط زیست و استانداردهای لازم الاجرا در واردات و صادرات کالا
- ماده ۳۹ قانون امور گمرکی
- مستندات تشویق صادرات
- اصل پنجم منشور کنفرانس اسلامی، ماده ۹ آئین نامه اجرایی مقررات صادرات و واردات
- انواع و اقسام شیوه های واردات کالا از نظر تخصیص ارز

ارایه کننده: دفتر مقررات صادرات و واردات سازمان توسعه تجارت ایران

زمان برگزاری	مدت	ساعت برگزاری
دوشنبه ۱۳۹۰/۳/۲۳	یک روز	۸:۳۰ - ۱۳
دوشنبه ۱۳۹۰/۷/۱۸	یک روز	۸:۳۰ - ۱۳

کارگاه آموزشی آشنایی با حقوق مالکیت معنوی و فرآیند ثبت نام تجاری (Brand)

هدف : آشنایی با نام تجاری و اهمیت آن در بازاریابی بین المللی و رویه عملی ثبت علائم تجاری در سطح ملی و بین المللی

مخاطبان : مدیران عامل ، بازاریابی و بازرگانی شرکت های تولیدی و تجاری

اهم عناوین مورد بحث :

- برند و حمایت از آن در چارچوب حقوق مالکیت معنوی (فکری)
- علامت تجاری و حمایت از آن در سطح ملی و بین المللی
- نشانه جغرافیایی و حمایت از آن در سطح ملی و بین المللی
- رویه عملی ثبت علائم تجاری و نشانه های جغرافیایی در سطح ملی و بین المللی

ارایه کننده: دفتر توسعه صادرات کالا سازمان توسعه تجارت ایران

تاریخ برگزاری	مدت	ساعت برگزاری
یکشنبه ۱۳۹۰/۳/۲۹	یک روز	۱۳ - ۸:۳۰

سینار آموزشی آشنایی با بازار کشور ونزوئلا

هدف : آشنا سازی فعالان اقتصادی و ذینفعان با کشور ونزوئلا و راهکارهای توسعه روابط

مخاطبان : مدیران و کارشناسان بازرگانی تشکل ها و بنگاههای تولیدی و تجاری

اهم عناوین مورد بحث :

- اطلاعات اساسی ونزوئلا
- اهمیت و جایگاه ونزوئلا
- وضعیت کلی اقتصاد
- شاخص های اقتصادی
- روند مبادلات ونزوئلا با جهان (صادرات – واردات – اقلام عمده)
- نحوه حضور در بازار ونزوئلا
- چگونگی ثبت شرکت و تاسیس دفتر
- چگونگی حضور در مناقصات و مزایده های اعلام شده در ونزوئلا
- چگونگی اعطای نمایندگی به شرکای ونزوئلا
- عضویت در سازمان های بین المللی
- روابط دو جانبه سیاسی – اقتصادی و بازرگانی ایران و ونزوئلا
- روابط اقتصادی بین ایران و ونزوئلا
- زیرساختهای روابط اقتصادی با ونزوئلا
- مبادلات تجاری ایران و ونزوئلا (صادرات – واردات – اقلام عمده)
- زمینه های صدور خدمات فنی و مهندسی و سرمایه گذاری مشترک در ونزوئلا
- مشکلات و موانع توسعه مناسبات دوجانبه
- راهکارهای پیشنهادی

ارایه کننده: دفتر بازرگانی کشورهای اروپا و آمریکا سازمان توسعه تجارت ایران

زمان برگزاری	مدت	ساعت برگزاری
دوشنبه ۱۳۹۰/۱۰/۵	یک روز	۱۳ – ۸:۳۰

کارگاه آموزشی آشنایی با ابزارهای تحلیل بازار مرکز تجارت بین الملل ITC

با تمرکز بر گزارشات تحلیل بازار، معرفی روندهای ITC هدف: آشنایی با مجموعه های اطلاعاتی مرکز تجارت بین الملل تجاری در حوزه کالا و خدمات، ارائه تعرفه های بین المللی، روند واردات و صادرات کشورها، عرضه و تقاضای بین المللی، بازارهای جایگزین و

مخاطبان: مدیران و کارشناسان بخش بازرگانی خارجی شرکت های تولیدی و صادراتی

اهم عناوین مورد بحث:

▪ نقشه تجاری Trade Map

نقشه تجاری یکی از مهمترین ابزارهای اطلاع رسانی مرکز تجارت بین الملل (International Trade Center) در آگاهی و ارتقاء شناخت موسسات و بنگاه های تجاری از روند تحول در بازارهای بین المللی است. در این پایگاه اطلاعاتی On-Line اطلاعات متنوعی در حوزه تجارت کالا، خدمات و تعرفه های بازرگانی ۵۳۰۰ محصول در ۲۰۰ کشور جهان قابل دسترسی می باشد.

▪ نقشه کالا Product Map

نقشه کالا یکی از دیگر از ابزارهای اطلاع رسانی مرکز تجارت بین الملل (ITC) با تمرکز بر تحلیل روند تجاری در ۷۲ خوشه کالایی (Product Clusters) در بازارهای بین المللی است. این پایگاه اینترنتی اطلاعات جامعی از مطالعات بازار، شاخص های قیمت، اطلاعات کالاها و بنگاه های اقتصادی جهت تجزیه و تحلیل واردات و صادرات با محوریت کالا بازار ارائه می نماید.

▪ نقشه دسترسی به بازار Market Access Map

نقشه دسترسی به بازار ابزاری است با قابلیت ارائه اطلاعات جامع از تعرفه ها و موانع دسترسی به بازار در بیش از ۱۷۰ کشور وارد کننده و محصولات صادراتی بیش از ۲۰۰ کشور و منطقه در جهان. این پایگاه اطلاع رسانی در یک پوشش جغرافیایی گسترده بسیاری از موافقت نامه های منطقه ای و دوجانبه تجاری کشورها را مورد بررسی قرار می دهد.

* آشنایی کامل به زبان انگلیسی و شبکه جهانی اینترنت جهت بهره برداری از کلاس ضروری می باشد.

ارایه کننده: دفتر اطلاع رسانی تجاری سازمان توسعه تجارت ایران

زمان برگزاری	مدت	ساعت برگزاری
سه شنبه ۱۳۹۰/۳/۳۱	یک روز	۸:۳۰ - ۱۳
دوشنبه ۱۳۹۰/۷/۲۵	یک روز	۸:۳۰ - ۱۳

EXPORT FINANCE کارگاه آموزشی تامین مالی صادرات

هدف: آشنایی با ابزارها و روش های تأمین مالی در صادرات چگونگی تضمین و پوشش آنها

مخاطبان: مدیران و کارشناسان بازرگانی و مالی شرکتهای تولیدی و تجاری

اهم عناوین مورد بحث:

- آشنایی با تعاریف مربوط به تجهیز و تأمین منابع مالی و چگونگی تضمین و پوشش آنها FINANCE
- آشنایی با اسناد و ابزار بانکی بین المللی و چگونگی به کارگیری آنها برای تأمین مالی صادرات.
- آشنایی با روشهای تأمین و تجهیز سرمایه از داخل و خارج و روش های TRADE FINANCE
- آشنایی با سیستم های تأمین مالی و اعتبارات صادراتی و چگونگی بیمه و تضمین آنها در کشورهای عضو جامعه اروپا (OECD) و بانک توسعه اسلامی (IDB) و روشهای CO- FINANCE و یوزانس USANCE
- آشنایی با موسسات ایرانی تأمین و تجهیز کننده منابع مالی؛ بانک توسعه صادرات – صندوق ضمانت صادرات – شرکت بیمه صادرات و سرمایه گذاری
- روش های اعتبار خریدار و فروشنده
- بررسی ریسک های صادرات و چگونگی پوشش آنها و نقش موسسات بیمه ای نظیر MIGA
- بررسی روش های محاسبه سود اعتبارات صادراتی داخل و خارج و نرخ های مربوطه

روزها و ساعت برگزاری	مدت	تاریخ پایان	تاریخ شروع
یکشنبه – دوشنبه ۱۳ – ۸:۳۰	۲ روز	۱۳۹۰/۴/۶	۱۳۹۰/۴/۵
یکشنبه – دوشنبه ۱۳ – ۸:۳۰	۲ روز	۱۳۹۰/۱۱/۱۰	۱۳۹۰/۱۱/۹

کارگاه آموزشی آشنایی با ضوابط و معیار های انتخاب صادر کننده نمونه ملی و استانی

هدف : آشنایی صادرکنندگان با متدولوژی انتخاب صادرکننده نمونه در راستای توسعه و ارتقای فرهنگ صادراتی

مخاطبان : مدیران و کارشناسان شرکت های صادراتی متقاضی حضور در فرآیند ممیزی انتخاب صادر کننده نمونه

اهم عناوین مورد بحث :

- ضوابط و معیار های عمومی صادرکننده نمونه
- ضوابط و معیار های تخصصی حوزه کشاورزی
- ضوابط و معیار های تخصصی حوزه صنعت و معدن
- ضوابط و معیار های تخصصی حوزه بازرگانی
- ضوابط و معیار های تخصصی حوزه خدمات فنی و مهندسی
- ضوابط و معیار های تخصصی حوزه گردشگری
- ضوابط و معیار های تخصصی حوزه کالایی با تکنولوژی بالا
- ضوابط و معیار های تخصصی حوزه محصولات فرهنگی و هنری
- ضوابط و معیار های تخصصی حوزه حمل و نقل
- ضوابط و معیار های تخصصی حوزه تشکل ها و
- آشنایی با نحوه کاربری نرم افزار صادرکننده نمونه

ارایه کننده: دفتر توسعه صادرات کالا سازمان توسعه تجارت ایران

تاریخ برگزاری	مدت	ساعت برگزاری
یکشنبه ۱۳۹۰/۴/۵	یک روز	۱۳ - ۸:۳۰

کارگاه آموزشی بازاریابی بین المللی

هدف: آشنایی با فرایند بازاریابی بین المللی و تفاوت آن با بازاریابی داخلی است. تهیه کردن اطلاعات در مورد این که چه اتفاقاتی در بازارهای بین المللی می افتد و با کمک به آنها در انتقال دانش در زمینه معاملات تجاری موفق به انجام می رسد.

مخاطبان: مدیران و کارشناسان بازرگانی تشکل ها وبنگاههای تولیدی و تجاری

اهم عناوین مورد بحث:

- کلیات بازاریابی بین المللی
- محیط فرهنگی در بازاریابی بین المللی
- محیط اقتصادی در بازاریابی بین المللی
- محیط سیاسی و قانونی در بازاریابی بین المللی
- تحقیقات در بازاریابی بین المللی
- استراتژی های ورود به بازارهای جهانی در بازاریابی بین المللی
- سیاستهای تولید در بازاریابی بین المللی
- کانالهای توزیع در بازاریابی بین المللی
- تبلیغات در بازاریابی بین المللی
- قیمت گذاری در بازاریابی بین المللی
- سازمان دهی و برنامه ریزی فعالیتها در بازاریابی بین المللی

ارایه کننده: معاونت بازاریابی و تنظیم روابط سازمان توسعه تجارت ایران

روزها و ساعت برگزاری	مدت	تاریخ پایان	تاریخ شروع
سه شنبه و چهارشنبه ۱۳ - ۸:۳۰	دو روز	۱۳۹۰/۴/۸	۱۳۹۰/۴/۷
سه شنبه و چهارشنبه ۱۳ - ۸:۳۰	دو روز	۱۳۹۰/۹/۹	۱۳۹۰/۹/۸

کارگاه آموزشی کاربردی مدیریت واردات کالا و سفارشات خارجی

هدف: آشنایی با جدیدترین تحولات، ضوابط و مقررات حاکم بر تجارت خارجی و کاربرد مؤثر آن در مدیریت خرید و مدیریت زنجیره تأمین

مخاطبان: مدیران عامل، معاون بازرگانی خارجی، مدیران بازرگانی خارجی، کارشناسان خرید خارجی، مدیران و کارشناسان بخش خصوصی، تشکلهای صنفی، تعاونی و بخش دولتی

اهم عناوین مورد بحث:

۱- اصول و مبانی خرید خارجی

- نقش تجارت در بازرگانی بین الملل و مبانی مؤثر تصمیم گیری در خرید
- روش های کلان مدیریت خرید و توجه به معیارهای CRM, ISCM, SRM,
- نقش و دامنه خرید، اهداف و استراتژی آن
- پاسخ به هفت سؤال کلیدی خرید؟
- نقش استراتژیک خرید، ساختار بخش خرید و نمودار سازمانی، و فعالیت های عمده آن در سازمان
- برنامه ریزی تأمین کالا، مواد اولیه مورد نیاز و ارسال RFQ, RFP, Purchase Order و اقدامات مربوط به آن
- مدل انتخاب منابع خرید Source Selection و فعالیت های مربوطه
- مذاکره و انتخاب فروشندگان، تحلیل و تعیین قیمت پیشنهادی خرید
- تصمیم گیری هوشمندانه و اقدام

A Selective Product Buying Report- Case Study

This case study report must be submitted to the teacher

۲- مدیریت واردات کالا

- اطلاعات مورد نیاز در واردات کالا را چگونه کسب نماییم؟
- مدیریت واردات، اهداف و ابزارها و نحوه دستیابی به آن
- سازمانهای تأثیر گذار در واردات کالا کدامند؟
- مبانی گردش کار و زمانهای تأثیر گذار در واردات کالا چیست؟
- منشور مدیریت واردات در سطح ملی و فواید تشکلهای وارداتی چیست؟
- مقررات مربوط به واردات کالا

- مدیریت و انتخاب گزینه واردات

- واردات با ارز آزاد

- واردات در مقابل صادرات

- واردات بصورت بدون انتقال ارز

- واردات از طریق کمیسیون ماده یک وزارت بازرگانی

- واردات توسط شاغلین خارج از کشور

- واردات کالاهای مستعمل و

۳- مراحل عملی ثبت سفارش کالا

- اخذ و کنترل پروفرم، تهیه جدول مقایسه قیمت و انتخاب نهائی فروشنده
- Case-1 تکمیل عملی فرم های بانک جهت افتتاح اعتبار وصولی اسنادی - برات
- Case-2 تکمیل عملی فرم های بانک جهت افتتاح اعتبار اسنادی
- آشنایی با ساختار SWIFT و مزایای آن در بانکداری بین الملل
- چک لیست کنترلی اعتبار گشایش یافته

۴- اصطلاحات جدید و مفاهیم INCOTERMS 2010

- تغییرات جدید در اصطلاحات اینکوترمز 2010
- تغییرات جدید در اینکوترمز ۲۰۱۰ و اصطلاحات جدید DAT, DAP,...
- نقش اینکوترمز در قراردادهای فروش بین المللی
- ساختار دو گروه مختلف اینکوترمز جدید
- GROUP-A - واژه هایی که در هر نحوه حمل و نقل کار برد دارند
- GROUP-B - واژه هایی که در روش حمل دریائی کار برد دارند
- مسئولیت و تعهدات فروشنده و خریدار در اصطلاحات جدید اینکوترمز
- نمودارهای انتقال ریسک و هزینه از فروشنده، به خریدار در هر اصطلاح جدید
- بررسی گروه های مختلف اینکوترمز و ۱۱ اصطلاح آن
- نمودارهای تقسیم هزینه و ریسک در هر اصطلاح جدید

۵- روش های پرداخت در تجارت بین الملل METHOD OF PAYMENTS

- روش های معمول بازرگانی: پرداخت نقدی، حساب باز، امانی
- روش پرداخت وصولی اسنادی (روش برات) Collection Basis و نمودار اجرائی آن
- نگاهی به BCL/ LOI در بانکداری بین الملل
- انواع روش پرداخت اعتبارات اسنادی Documentary Letter OF Credits — اعتبار اسنادی: برگشت ناپذیر، تأیید شده، اتکائی، گردان، یوزانس، ...
- نمودار اجرائی عملیات اعتبارات اسنادی در بانکداری بین الملل برای هر نوع L/C
- وظایف و مسئولیت های بانک ها در عملیات اعتبارات اسنادی حسب UCP 600
- اهمیت اسناد حمل در اعتبارات اسنادی و کنترل اسناد حمل توسط بانک از جمله: بارنامه، گواهی مبدا، فاکتور، گواهی بازرسی و...
- مکانیسم مبادلات پولی و ارزی بانک ها در عرصه بین الملل

۶- انواع بیمه های باربری کالا

- بیمه باربری چیست؟
- تعیین حق بیمه به چه عواملی بستگی دارد؟
- اصول حاکم بر بیمه های حمل و نقل
- پوشش خطرات و جبران خسارات بیمه در کلوز های: "A", "B", "C" TERMS OF: Clause
- بررسی ریسک های مختلف و انتخاب Clause مناسب.
- جدول پوشش انواع خسارات کالا و انتخاب پوشش مناسب.
- در صورت خسارت به کالا چگونه از بیمه ادعای خسارت کنیم؟

۷- لجستیک و حمل و نقل بین المللی کالا

- اصول حمل و نقل بین المللی کالا و نقش آن در تجارت بین الملل
- اهمیت لجستیک در تجارت بین الملل
- نقش و اهمیت FORWARDER, CARRIER در حمل و نقل کالا
- حمل و نقل دریایی: SEAWAY BILL, B/L
- کشتی ها از نظر مسیر حمل: LINERS, TRAMP, GENERAL CARGO
- حمل و نقل جاده ای: TIR, CMR
- حمل و نقل با راه آهن: COTIF

- حمل و نقل هوایی : IATA
- اسناد حمل فیاتا: FCR, FCT, FWR
- حمل و نقل مرکب: FMBL, FBL, TBL, ...
- بعضی از اصطلاحات حمل و نقل : کابوتاژ، کارنه تیر، کارنه دو پاساژ، ...

۸- بازرسی بین المللی کالا

- ارکان بازرسی کالا کدام می باشد؟
- محدوده و اهمیت بازرسی بین المللی مواد و کالاها...
- بازرسی قبل از حمل از لحاظ کمی، کیفی، بسته بندی
- محتوی سند بازرسی بین المللی کالا چه می باشد؟
- ضوابط استاندارد های اجباری در واردات و انطباق آن با کالای خریداری شده
- مسئولیت شرکت های بازرسی کننده کالا چیست؟

۹- قوانین امور گمرکی و ترخیص کالا

- روش های گوناگون واردات کالا و ترخیص از گمرکات کشور
- تشریفات و ترخیص کالاهای ورود موقت
- فرآیند تشریفات در امور گمرکی و ترخیص کالا در نظام گمرکی ASYCUDA
- چگونگی تعیین تعرفه و تنظیم اظهار نامه گمرکی
- اقدامات کنترلی و اجرائی هنگام ترخیص کالا و انتخاب سه مسیر سبز، زرد، قرمز
- نمودار گردش کار و انجام تشریفات گمرکی در واردات کالا

۱۰- بستن پرونده وارداتی، رفع تعهد شرکت در بانک و مختومه نمودن پرونده واردات کالا

- **Work book : The Work Book contains several cases, exercises and questions with multiple choices**
- **The Work Book must be done by the STUDENTS and the copies should be submitted to the class**

روزها و ساعت برگزاری	مدت	تاریخ پایان	تاریخ شروع
شنبه و یکشنبه ها ۱۳ - ۸:۳۰	۵روز	۱۳۹۰/۴/۲۵	۱۳۹۰/۴/۱۱
شنبه و یکشنبه ها ۱۳ - ۸:۳۰	۵ روز	۱۳۹۰/۸/۱۴	۱۳۹۰/۸/۱

کارگاه آموزشی اخلاق در تجارت

هدف: آشنایی با نکات اخلاقی که رعایت آنها برای موفقیت در کسب و کار ضروری است

مخاطبان: مدیران و کارشناسان شاغل در بنگاه های اقتصادی و تولیدی

اهم عناوین مورد بحث:

- تعریف اخلاق و اخلاق تجاری
- موضوعات مطرح شده در اخلاق تجاری
- اصول اخلاقی حاکم بر تجارت
- رویه های تجاری نامطلوب یا غیرمنصفانه
- رهنمودهای اخلاقی در باب تبلیغات تجاری
- مسئولیت های اخلاقی تولیدکنندگان در قبال مصرف کنندگان
- جهانی شدن و اخلاق تجاری
- پی آمدهای غیراخلاقی تحریم های تجاری
- اخلاق تجاری و حقوق مالکیت معنوی
- مسئولیت اجتماعی شرکت ها
- اخلاق حرفه ای در قاره آسیا
- سایر موضوعات مرتبط

زمان برگزاری	ساعت برگزاری	مدت	زمان برگزاری
دو شنبه ۱۳۹۰/۴/۱۳	۸:۳۰-۱۳	یک روز	دو شنبه ۱۳۹۰/۴/۱۳
یک شنبه ۱۳۹۰/۱۱/۱۶	۸:۳۰-۱۳	یک روز	یک شنبه ۱۳۹۰/۱۱/۱۶

کارگاه آموزشی بازاریابی و صادرات خدمات فنی و مهندسی

هدف: آشنایی با مفاهیم بازاریابی و صادرات خدمات فنی و مهندسی و استراتژی های نفوذ، حضور و ماندگاری در بازارهای هدف

مخاطبان: مدیران و کارشناسان شرکت های پیمانکاری و مشاور خدمات فنی و مهندسی

اهم عناوین مورد بحث:

- **مفهوم بازاریابی صادراتی خدمات فنی و مهندسی**
 - نقش بازاریابی در عملکرد شرکت های صادر کننده خدمات فنی و مهندسی
 - موفقیت در بازار از مجرای برنامه ریزی استراتژیک بازارگرا (TES) - تامین رضایت فراگیر کارفرما
- **تجزیه و تحلیل فرصت های بازار**
 - مدیریت اطلاعات بازاریابی و اندازه گیری تقاضای بازار
 - بازاریابشناسی و تحلیل ساختارمند تقاضا و محیط بازاریابی
- **تدوین خط مشی های بازاریابی**
 - استراتژی های نفوذ، حضور و ماندگاری در بازارهای هدف
 - اعتماد سازی و مدیریت بر مبنای اعتماد
- **برنامه ریزی برنامه های بازاریابی**
 - فرایند صدور خدمات فنی و مهندسی
 - اصول مذاکرات تجاری در قراردادهای خدمات فنی و مهندسی
 - توسعه بازار و تبلیغات در بازار های جهانی
 - تدوین استراتژی های بازاریابی برای صادرات خدمات فنی و مهندسی

ارایه کننده: دفتر توسعه صادرات خدمات سازمان توسعه تجارت ایران

روزها و ساعت برگزاری	مدت	تاریخ پایان	تاریخ شروع
سه شنبه و چهارشنبه ۸:۳۰ - ۱۳	دو روز	۱۳۹۰/۴/۱۵	۱۳۹۰/۴/۱۴
سه شنبه و چهارشنبه ۸:۳۰ - ۱۳	دو روز	۱۳۹۰/۹/۲۳	۱۳۹۰/۹/۲۲

دوره عمومی آشنائی با اصول ، قواعد و موافقت نامه های سازمان جهانی تجارت

هدف: آشنائی با ساختار، قواعد و موافقت نامه های سازمان جهانی تجارت و اثرات الحاق به سازمان مذکور بر اقتصاد کشور

مخاطبان: تجار و فعالان بخش خصوصی و گروههایی که بیشترین تأثیر در جریان الحاق را متحمل می شوند

اهم عناوین مورد بحث:

- اصول و قواعد سازمان جهانی تجارت
- چگونگی روند الحاق به سازمان جهانی تجارت
- مروری بر دسترسی به بازار و موافقت نامه های گمرکی در سازمان جهانی تجارت
- مروری بر موافقت نامه کشاورزی در سازمان جهانی تجارت
- مروری بر استانداردها در سازمان جهانی تجارت
- مروری بر موافقت نامه عمومی تجارت خدمات در سازمان جهانی تجارت
- مروری بر موافقت نامه جنبه های تجاری حقوق مالکیت فکری در سازمان جهانی تجارت

روزها و ساعت برگزاری	مدت	تاریخ پایان	تاریخ شروع
سه شنبه ها ۸:۳۰-۱۳	۲ روز	۱۳۹۰/۴/۲۱	۱۳۹۰/۴/۱۴
سه شنبه ها ۸:۳۰-۱۳	۲ روز	۱۳۹۰/۱۱/۲۵	۱۳۹۰/۱۱/۱۸

مدیریت گروه های مختلف مشتریان با هدف ارتقاء سودآوری

هدف: آشنایی استراتژی ها و تاکتیکهای برخورد با گروه های مختلف مشتریان با هدف ارتقاء سودآوری

مخاطبان: مدیران و کارشناسان بازرگانی ، فروش و صادرات شرکت های تولیدی و تجاری

اهم عناوین مورد بحث :

- مشتری و جایگاه آن در بازاریابی مدرن
- گروه بندی مشتریان (سودآور - معمولی - زیان ده)
- تجزیه و تحلیل قابلیت سودآوری مشتریان
- استراتژی ها و تاکتیکهای برخورد با گروه های مختلف مشتریان
- مکانیزم های عملی کسب سود و گروه های مختلف مشتریان
- تجربیات سازمان های موفق ایرانی و خارجی در مدیریت و کسب سود از مشتریان
- پرسش و پاسخ

تاریخ برگزاری	مدت	ساعت برگزاری
دوشنبه ۱۳۹۰/۴/۲۰	یک روز	۱۳ - ۸:۳۰
دوشنبه ۱۳۹۰/۱۲/۱	یک روز	۱۳ - ۸:۳۰

کارگاه آموزشی اعتبارات اسنادی ، ضمانت نامه ها و UCP600

هدف : آشنایی با مقررات متحدالشکل اعتبارات اسنادی ، وظایف و مسئولیت بانک های طرفین قرارداد در و انواع ضمانتنامه های بانکی در معاملات بین المللی UCP-600 عملیات اعتبارات اسنادی حسب

مخاطبان : مدیران و کارشناسان ، مالی ، بازرگانی شرکتها ی تولیدی و تجاری

اهم عناوین مورد بحث :

- انتخاب فروشنده و بررسی مخاطرات
- آشنایی با انواع روشهای پرداخت
- حداقل توافقی های موجود در اعتبارات اسنادی
- آشنایی با اصطلاحات بازرگانی بین المللی
- نقش بانکها در اعتبار اسنادی
- بررسی و اصلاح اعتبار اسنادی
- تعهد در اعتبار اسنادی
- انواع اعتبار اسنادی
- آشنایی با مقررات ناظر بر روشهای پرداخت
- چگونگی خرید کالا با استفاده از اعتبار اسنادی
- چگونگی قابل استفاده بودن اعتبار
- اهمیت و نقش اسناد در اعتبار اسنادی
- نحوه تنظیم و بررسی اسناد براساس UCP600
- آشنایی با ضمانت نامه
- نحوه صدور ضمانت نامه
- انواع متداول ضمانت نامه
- پرسش و پاسخ

روزها و ساعت برگزاری	مدت	تاریخ پایان	تاریخ شروع
یک شنبه و دو شنبه ۱۳ - ۸:۳۰	۲ روز	۱۳۹۰/۴/۲۰	۱۳۹۰/۴/۱۹
یک شنبه و دو شنبه ۱۳ - ۸:۳۰	۲ روز	۱۳۹۰/۸/۲۳	۱۳۹۰/۸/۲۲

سمینار آموزشی آشنایی با بازار کشور مصر

هدف: آشنایی فعالان اقتصادی و ذینفعان با کشور مصر و راهکارهای توسعه مناسبات با آن کشور با توجه به تحولات آن کشور

مخاطبان: مدیران و کارشناسان بازرگانی، تشکل‌ها و بنگاههای تولیدی و تجاری

اهم عناوین مورد بحث:

- اطلاعات اساسی مصر
- اهمیت و جایگاه مصر
- وضعیت کلی اقتصاد
- شاخص‌های اقتصادی
- روند مبادلات مصر با جهان
- نظام تجاری مصر
- عضویت در سازمان‌های بین‌المللی
- روابط دو جانبه سیاسی - اقتصادی و بازرگانی ایران و مصر
- روابط اقتصادی بین ایران و مصر
- زیرساختهای روابط اقتصادی با مصر
- مبادلات تجاری ایران و مصر
- شناسایی پتانسیل‌های صادراتی ایران و راهکارهای پیشنهادی جهت بهبود تراز تجاری با آن کشور
- زمینه‌های صدور خدمات فنی و مهندسی و سرمایه‌گذاری مشترک در مصر
- مشکلات و موانع توسعه مناسبات دوجانبه و راهکارهای پیشنهادی
- برنامه‌های سازمان توسعه تجارت و تشکلها و بخش خصوصی برای توسعه روابط با کشور مصر

ارایه کننده: دفتر بازرگانی کشورهای عربی و آفریقایی سازمان توسعه تجارت ایران

تاریخ برگزاری	مدت	ساعت برگزاری
چهارشنبه ۱۳۹۰/۴/۲۲	یک روز	۱۳ - ۸:۳۰

سمینار آموزشی آشنایی با تفکرات نوین بازاریابی و مشتری گرایی و مکانیزم های اجرای بازاریابی جامع در سازمان

هدف: آشنایی با تفکرات و اندیشه های نوین بازاریابی و مشتری گرایی در سازمان، نحوه استقرار نظام بازاریابی جامع و نقش واحدهای مختلف سازمان در اجرا و پیاده سازی تفکرات و اندیشه های نوین بازاریابی

مخاطبان: مدیران ارشد و میانی بازرگانی، بازاریابی و فروش

اهم عناوین مورد بحث :

- آشنایی با مفهوم بازاریابی نوین و نقش آن در سازمان ها
- آشنایی با فرآیند مدیریت بازاریابی در سازمان
- اهمیت و نقش انواع مشتریان و چگونگی برخورد با آنها
- بازاریابی جامع و نحوه پیاده سازی آن در سازمان
- نقش واحدهای مختلف سازمان در اجرای برنامه بازاریابی جامع و حاکم نمودن تفکر مشتری گرایی
- معیارهای ارزیابی واحدهای مختلف زمان از بعد مشتری گرایی
- انواع خط مشی های ایجاد فرهنگ و نگرش بازاریابی در سازمان
- پرسش و پاسخ

تاریخ برگزاری	مدت	ساعت برگزاری
دوشنبه ۱۳۹۰/۴/۲۷	یک روز	۱۳ - ۸:۳۰

کارگاه آموزشی امور گمرکی و ترخیص کالا

هدف: آشنایی با مبانی قوانین و مقررات گمرکی و نقش طبقه بندی در نظام SH (تعرفه گمرکی)

مخاطبان: مدیران و کارشناسان بازرگانی، کارگزاران و ترخیص کاران گمرکی

اهم عناوین مورد بحث:

- نکات کلیدی، کاربردی قانون و آیین نامه گمرکی
- فرآیند تشریفات گمرکی متناسب با رویه های گمرکی Customs Proceed Users در نظام موسوم به SYCUDA
- Selectivity بازرسی انتخابی (سه مسیره)
- چگونگی تنظیم اظهار نامه های گمرکی (اظهار نامه SAD)
- آشنایی بانظام طبقه بندی کالا در گمرک (قواعد طبقه بندی، یادداشت های قانونی)
- اسناد بین المللی گمرکی (TIR – ATA- CPD)

روزها و ساعت برگزاری	مدت	تاریخ پایان	تاریخ شروع
سه شنبه - چهارشنبه ۱۳ - ۸:۳۰	۲ روز	۱۳۹۰/۴/۲۹	۱۳۹۰/۴/۲۸
سه شنبه - چهارشنبه ۱۳ - ۸:۳۰	۲ روز	۱۳۹۰/۱۲/۱۷	۱۳۹۰/۱۲/۱۶

کارگاه آموزشی اجرای نمایشگاه های بین المللی در داخل و خارج از کشور

هدف آشنایی با روش های علمی و کاربردی مشارکت و اجرای نمایشگاه های داخلی و بین المللی

مخاطبان: مدیران و کارشناسان شرکت های ، تولیدی، تجاری و نمایشگاهی

اهم عناوین مورد بحث :

- تاریخچه و سیر تحول و پیشرفت نمایشگاه ها
- پدیده نمایشگاهی نشات گرفته از تفکر، فرهنگ و هنر و اجتماعی بودن انسان
- تعریف علمی نمایشگاه ها
- انواع نمایشگاه ها
- آشنایی با نمایشگاه های جهانی
- نمایشگاه های بین المللی در قرن بیست و یکم
- اثرات اقتصادی نمایشگاه ها
- نقش نمایشگاه های تخصصی در بازاریابی بین المللی
- نقش تحقیق و توسعه (R&D) در ارتقاء فعالیت های نمایشگاهی
- تصمیم گیری برای مشارکت در نمایشگاه
- فرآیندهای طراحی و برپایی
- انواع مشارکت
- انواع غرفه ها
- هزینه های ساخت و مصالح
- نیروی برق، روشنایی و سیستم های صوتی و تصویری
- نمایش نمونه غرفه های نمایشگاهی
- راه های جذب بازدیدکنندگان
- مقدمه ای بر تئوری نمایشگاه های چهاربعدی
- رموز کسب موفقیت در نمایشگاه ها

روزها و ساعت برگزاری	مدت	تاریخ پایان	تاریخ شروع
سه شنبه - چهارشنبه ۱۳ - ۸:۳۰	دو روز	۱۳۹۰/۴/۲۹	۱۳۹۰/۴/۲۸
سه شنبه - چهارشنبه ۱۳ - ۸:۳۰	دو روز	۱۳۹۰/۹/۳۰	۱۳۹۰/۹/۲۹

سمینار آموزشی اصول ، فنون و هنر مذاکرات تجاری با گرایش مذاکرات بین المللی

هدف : آشنایی با چگونگی برقراری ارتباطات، مذاکره و انعقاد و اجرای قراردادهای گوناگون بین المللی بازرگانی با تامین و حفظ منافع کوتاه مدت و بلند مدت بازرگانی

مخاطبان : کارشناسان و مدیران ارشد شرکت ها و موسسات مهم بازرگانی و صنعتی دست اندر کار در زمینه قراردادهای بین المللی بازرگانی

اهم عناوین مورد بحث :

- علل لزوم و فواید یاد گرفتن و تسلط به اصول ، هنر و فنون مذاکره
- آداب جلسات مذاکرات بین المللی بازرگانی
- روشهای مختلف مذاکره و ارزیابی این روشها با توجه به اهداف تعیین شده طرفین
- روشهای سنتی مبتنی بر موضع گیری و چانه زنی با توجه به تفاوت های فرهنگی و روانشناسی طرفین
- ارکان و اصول روشهای علمی و پیشرفته مذاکره
- باورهای اساسی و ویژگیهای مذاکره کننده خوب ایرانی و حیلله های متداول در مذاکرات بین المللی
- مهارتها و ویژگیهای مذاکره کننده ایرانی در مذاکرات بین المللی بازرگانی
- پرسش و پاسخ و رفع اشکالات عملی

* آشنایی کامل به زبان انگلیسی جهت بهره برداری از کلاس ضروری می باشد .

ساعت برگزاری	مدت	زمان برگزاری
۱۳ - ۸:۳۰	یک روز	شنبه ۱۳۹۰/۵/۱
۱۳ - ۸:۳۰	یک روز	شنبه ۱۳۹۰/۱۱/۱۵

کارگاه آموزشی مدیریت برنامه ریزی حمل و نقل بین المللی و اینکوترمز ۲۰۱۰

هدف: ارتقاء سطح دانش تخصصی صادرکنندگان و آشنا نمودن آنان با اصطلاحات، اسناد، مراحل و رویه های حاکم بر تجارت داخلی و بین المللی در زمینه های مربوط به حمل و نقل و توسعه توانمندی صادرکنندگان در حل مسائلی که در زمینه های فوق با آن مواجه می شوند

مخاطبان: مدیران میانی و کارشناسان بازرگانی در بخش حمل و نقل

اهم عناوین مورد بحث:

- حمل و نقل و تجارت بین الملل
- سهم حمل و نقل در قیمت تمام شده کالا
- سهم هر یک از شیوه های حمل و نقل دریایی، زمینی و هوایی در تجارت جهانی
- ارتباط قرارداد حمل و نقل با قرارداد فروش
- آثار شرایط فروش بر قرارداد حمل
- اسناد حمل
- نقش **Carrier, Forwarder** در قرارداد حمل و نقل و ترانزیت
- مسئولیت ها و مصونیت های حمل کننده
- نحوه انتخاب حمل کننده
- سهم ترانزیت کالا در اقتصاد
- **Case Study** مرتبط با حمل و نقل و ترانزیت کالا
- تاریخچه و فلسفه وجودی اینکوترمز
- اینکوترمز و قرارداد بازرگانی بین المللی با تاکید بر چگونگی تحویل کالا
- چهار گروه اینکوترمز و نگاه عمده به آنها
- علت تجدید نظر و تغییر اصطلاحات اینکوترمز
- توزیع هزینه و ریسک و تشریح نقاط بحرانی در اینکوترمز
- مسئولیت خریدار در اصطلاح **E F C D**
- مسئولیت فروشنده در اصطلاح **E F C D**
- بررسی ۱۳ اصطلاح و مقایسه آنها
- نمایش گرافیکی مسئولیت های طرفین در ترم های مختلف

روزها و ساعت برگزاری	مدت	تاریخ پایان	تاریخ شروع
یکشنبه - دوشنبه ۱۳ - ۸:۳۰	۲ روز	۱۳۹۰/۵/۳	۱۳۹۰/۵/۲
یکشنبه - دوشنبه ۱۳ - ۸:۳۰	۲ روز	۱۳۹۰/۱۰/۱۲	۱۳۹۰/۱۰/۱۱

کارگاه آموزشی بازاریابی و نمایشگاه

هدف : آشنایی با بازاریابی در نمایشگاه و نقش آن در پیشبرد اهداف تجاری

مخاطبان : مدیران و کارشناسان شرکت های ، تولیدی، تجاری و نمایشگاهی

اهم عناوین مورد بحث :

- اهداف نمایشگاهها و نقش آن در توسعه تجارت خارجی
- انواع نمایشگاهها و برنامه ریزی بازاریابی متناسب با نوع نمایشگاهها
- برنامه ریزی ، انتخاب ، تصمیم گیری و حضور در نمایشگاه های بازار هدف
- آمیخته بازاریابی (Marketing Mix) و اهمیت آن در نمایشگاههای تجاری
- برنامه ریزی بازاریابی قبل برگزاری نمایشگاه
- برنامه ریزی بازاریابی حین اجرای نمایشگاه
- برنامه ریزی بازاریابی بعد از برگزاری نمایشگاه و چگونگی تهیه گزارش فعالیت های بازاریابی انجام شده

ساعت برگزاری	مدت	تاریخ برگزاری
۸:۳۰ - ۱۳	یک روز	یک شنبه ۱۳۹۰/۵/۲
۸:۳۰ - ۱۳	یک روز	سه شنبه ۱۳۹۰/۱۱/۱۸

کارگاه آموزشی آشنایی با فرصتهای تجاری در مناطق آزاد و ویژه اقتصادی

هدف: آشنایی بنگاههای تجاری با قوانین و مقررات مناطق آزاد و فرصت های تجاری و سرمایه گذاری در آن

مخاطبان: مدیران و کارشناسان شرکتهای تولیدی و تجاری

اهم عناوین مورد بحث:

- تاریخچه مناطق آزاد در دنیا
- مناطق آزاد در ایران
- تاریخچه و پیشینه شکل گیری مناطق آزاد
- تشریح موقعیت جغرافیایی و کاربرد غالب هر یک از مناطق آزاد
- قوانین و مقررات مناطق آزاد و فرآیند اداری مناطق آزاد
- آئین نامه های اجرایی مناطق آزاد
- مزیت های فعالیت های اقتصادی در مناطق آزاد
- مشوق ها و سیاست های حمایتی سرمایه گذاری
- فرصت های سرمایه گذاری در مناطق آزاد
- مناطق آزاد و برنامه های توسعه کشور
- اثرات جهانی شدن تجارت بر مناطق آزاد

ساعت برگزاری	مدت	زمان برگزاری
۱۳ - ۸:۳۰	یک روز	دوشنبه ۱۳۹۰/۵/۳

سمینار آموزشی آشنایی با بازار کشور افغانستان

هدف: آشنایی فعالان اقتصادی و ذینفعان با کشور افغانستان و راهکارهای توسعه مناسبات با آن کشور با توجه به تحولات آن کشور

مخاطبان: مدیران و کارشناسان بازرگانی، تشکل‌ها و بنگاههای تولیدی و تجاری

اهم عناوین مورد بحث:

- اطلاعات اساسی افغانستان
- اهمیت و جایگاه افغانستان
- وضعیت کلی اقتصاد
- شاخص‌های اقتصادی
- روند مبادلات افغانستان با جهان
- نظام تجاری افغانستان
- عضویت در سازمان‌های بین‌المللی
- روابط دو جانبه سیاسی - اقتصادی و بازرگانی ایران و افغانستان
- روابط اقتصادی بین ایران و افغانستان
- زیرساختهای روابط اقتصادی با افغانستان
- ۱ - بررسی شیوه‌های سرمایه‌گذاری و آشنایی با مقررات مربوطه
- مبادلات تجاری ایران و افغانستان
- شناسایی پتانسیل‌های صادراتی ایران و راهکارهای پیشنهادی
- زمینه‌های صدور خدمات فنی و مهندسی و سرمایه‌گذاری مشترک در افغانستان
- مشکلات و موانع توسعه مناسبات دوجانبه و راهکارهای پیشنهادی
- برنامه‌های سازمان توسعه تجارت و تشکلها و بخش خصوصی برای توسعه روابط با کشور افغانستان

ارایه کننده: دفتر بازرگانی کشورهای آسیا و اقیانوسیه سازمان توسعه تجارت ایران

ساعت برگزاری	مدت	تاریخ برگزاری
۱۳ - ۸:۳۰	یک روز	سه شنبه ۱۳۹۰/۵/۴

کارگاه تخصصی جبرانهای تجاری در سازمان جهانی تجارت

هدف: آشنائی بیشتر با موضوع یارانه ها، حفاظتها و اقدامات ضد قیمت شکنی در سازمان جهانی تجارت

مخاطبان: مدیران و کارشناسان دستگاههای دولتی مرتبط با الحاق به سازمان جهانی تجارت

اهم عناوین مورد بحث:

- تعریف یارانه ها و اقدامات جبرانی
- انواع یارانه ها
- رفتار ویژه و متفاوت در موافقت نامه یارانه ها
- حفاظتها در سازمان جهانی تجارت
- اقدامات ضد قیمت شکنی در سازمان جهانی تجارت

ساعت برگزاری	مدت	زمان برگزاری
۸:۳۰-۱۳	یک روز	سه شنبه ۱۳۹۰/۵/۴

کارگاه آموزشی محیط و آداب مذاکرات بین المللی

هدف: آشنایی با نحوه انتخاب و تنظیم محیط مناسب و تعامل و مذاکره مطابق با آداب متعارف بین المللی

مخاطبان: بازرگانان و کارشناسان طرف مذاکره با نمایندگان سایر ملل

اهم عناوین مورد بحث :

- محیط مذاکره و تشریفات و ویژگی های هر یک
- مقدمات مذاکرات شامل انتخاب اعضا ، نحوه جلوس و تعیین وظایف
- آداب شروع بحث
- مدیریت میز
- استقبال
- نحوه و تکرار پذیرایی
- نحوه ختم مذاکره
- ظرایف و دقایق مذاکرات بین المللی
- ملاحظات امنیتی و حراستی
- ملاحظات حقوقی و تشریفات
- ظرافت های رفتاری در میان ملل مختلف
- طرز تلقی از زمان نزد ملل گوناگون
- اخلاق و تقلب در مذاکره
- بدرقه مهمانان در پایان مذاکرات

زمان برگزاری	مدت	ساعت برگزاری
چهارشنبه ۱۳۹۰/۵/۵	یک روز	۱۳ - ۸:۳۰

سمینار آموزشی تجارت برند حلال

هدف: آشنایی با قوانین و مقررات، دستورالعمل ها و تجارت داخلی و خارجی محصولات حلال

مخاطبان: مدیران و کارشناسان بخش بازرگانی خارجی شرکت های تولیدی و صادراتی

اهم عناوین مورد بحث:

- تاریخچه و مفهوم محصولات حلال
- قوانین و مقررات محصولات حلال
- دستورالعمل های تولید حلال
- تجارت داخلی و بین المللی محصولات حلال
- برند حلال در محصولات صادراتی و دارویی
- مراکز و سازمان های مرتبط با مقوله محصولات حلال
- عوامل و فاکتور های مدیریت تولید و تجارت حلال

ارایه کننده: دفتر توسعه کالا سازمان توسعه تجارت ایران

ساعت برگزاری	مدت	زمان برگزاری
۱۳ - ۸:۳۰	یک روز	دوشنبه ۱۳۹۰/۵/۱۷

سمینار آموزشی فرآیند تولید و تجاری سازی فناوری پیشرفته

هدف : آشنایی با راهکارهای تجاری سازی فناوری پیشرفته

مخاطبان : مدیران و کارشناسان بخش بازرگانی خارجی شرکت های تولیدی و صادراتی

اهم عناوین مورد بحث :

- تعریف فناوری و انواع آن
- تاریخچه فعالیت در حوزه محصولات فناوری پیشرفته در کشور
- نقاط ضعف و قوت ، فرصتها و چالشها در تولید و تجارت
- وضعیت بازار جهانی محصولات فناوری پیشرفته و توسعه بازار
- پیشتازات تولید و تجارت محصولات پیشرفته
- سخت افزار و امکانات موجود کشور (کیفیت ، کمیت و منابع انسانی)
- تامین مالی و منابع مالی مورد نیاز
- فرآیند تجاری سازی
- مدیریت دانش و تکنولوژی

ارایه کننده : دفتر توسعه کالا سازمان توسعه تجارت ایران

زمان برگزاری	مدت	ساعت برگزاری
دوشنبه ۱۳۹۰/۵/۲۱	یک روز	۱۳ - ۸:۳۰

کارگاه آموزشی کاربردی مدیریت صادرات کالا

هدف آگاهی و شناخت شرکت های کوچک و متوسط با مسائل مرتبط به امر صادرات و راه کارهای ورود به بازارهای صادراتی

مخاطبان: مدیران و کارشناسان بازرگانی شرکت های تولیدی و صادراتی

اهم عناوین مورد بحث:

۱- صادرات و جایگاه آن در اقتصاد کشور

- نگاهی به قوانین، مقررات صادرات و ساختار صادرات غیرنفتی کشور
- جایگاه و نقش تشکلهای و خوشه های صادراتی گرا در توسعه صادرات. **Export Clusters**
- آمادگی و ارزیابی توان بالقوه شرکت برای صادرات. **O.R.E.**
- معیارهای ارزیابی بازارهای صادراتی. **PEST ANALYSIS**
- معیارهای انتخاب بازار هدف. **TARGET MARKET CRITERIA**
- **Case Study** - کدام کشور را به عنوان بهترین گزینه برای صادرات انتخاب کنیم؟

۲- محصول خود را چگونه بهتر و صادراتی کنیم؟

- کنترل کیفیت محصول. **Quality control**
- چگونگی تولید محصول استاندارد. **Standardization**
- طراحی، تولید، بسته بندی، توزیع محصول. **Packaging**
- نحوه ترویج و فروش در بازارهای صادراتی. **Promotion &...**
- معیارهای تمایز کالا **Product Differentiation**

۳- هزینه یابی و سیاست قیمت گذاری محصول صادراتی **COSTING AND PRICING POLICY**

- در قیمت گذاری صادراتی چه هزینه هایی را بایستی لحاظ نمود؟
- قیمت گذاری کالای صادراتی به چه عواملی و سیاستهایی بستگی دارد؟
- نحوه محاسبه نقطه سر به سر در تولید و تعیین قیمت کالای صادراتی. **WHAT IS BEP ?**
- نحوه محاسبه و اعلام قیمت صادراتی کالا **Export Costing Sheet**
- هزینه یابی نهایی در صادرات چیست؟ **Marginal Costing**

۴- کانالهای توزیع، ترویج و ارتباطات بازاریابی صادرات **Marketing Communication Mix**

- مشتریان مستقیم و غیر مستقیم در تجارت بین الملل. **Direct and Indirect Customers**
- آمیخته ارتباطات بازاریابی در فرآیند صادرات. **Communication Mix**
- تکنیک های ارتباطات بازاریابی **Marketing Communication Techniques**
- چگونگی حضور در نمایشگاه ها جهت توسعه صادرات. **Participation in Trade Fairs**

۵- اصطلاحات جدید و مفاهیم **INCOTERMS 2010**

- تغییرات جدید در اصطلاحات اینکوترمز 2010
- تغییرات جدید در اینکوترمز ۲۰۱۰ و اصطلاحات جدید DAT, DAP, ..
- نقش اینکوترمز در قراردادهای فروش بین المللی

ساختار دو گروه مختلف اینکوترمز جدید:

- **GROUP-A** – واژه هایی که در هر نحوه حمل و نقل کار برد دارند
- **GROUP-B** واژه هایی که در روش حمل دریائی کار برد دارند
- مسئولیت و تعهدات فروشنده و خریدار در اصطلاحات جدید اینکوترمز
- نمودارهای انتقال ریسک و هزینه از فروشنده، به خریدار در هر اصطلاح جدید
- بررسی گروه های مختلف اینکوترمز و ۱۱ اصطلاح آن
- نمودارهای تقسیم هزینه و ریسک در هر اصطلاح جدید
- **CASE STUDY** – بررسی موردی کاربردی تعیین صادراتی یک کالا ، با توجه به گروه های مختلف اینکوترمز

۶- ساختار کلی برنامه ریزی صادرات **Export Plan**

- تهیه گزارش مقدماتی از کشور هدف و بخش بازار مورد هدف صادرات
- ارزیابی توانایی ها و ملاحظیات مدیریتی شرکت برای ورود به بازار صادرات
- تجزیه و تحلیل نقاط ضعف ، قوت ، فرصت ها و تهدید ها (SWOT) شرکت قبل از ورود به بازارهای هدف صادراتی.
- ارزیابی رقبای شرکت در بازار صادراتی.
- چگونگی هدف گذاری و اجرائی نمودن برنامه صادراتی در بازار .

۷- راه های ورود به بازارهای صادراتی **MARKET ENTRY STRATEGIES**

- **Why Export?** دلایل لازم و توجیحی برای حرکت بسوی صادرات
- **Market Entry Methods** روش های گوناگون ورود به بازارهای هدف صادراتی
- **Export Procedures** مراحل عملی صادرات کالا
- **Export Documentation** چگونگی تهیه اسناد صادراتی مورد نیاز در تجارت بین الملل
- **Case Study** یک اعتبار اسنادی صادراتی برای شرکت شما افتتاح شده است. چگونه اسناد بازرگانی را برای ارائه به بانک و دریافت وجه کالا آماده می کنید؟

۸- انجام تمرین های عملی در **Work book** و تکمیل بخشی از مساله ها در کلاس

۹- ارائه گزارش مختصر و مکتوب از یک **Case** صادراتی شرکت خود ، (یا یک مورد صادراتی به انتخاب خود) و ارائه در کلاس.

10- The work Book contains several exercises which must be done by the STUDENTS and to be submitted to the Class.

متون درسی الزامی است تسلط به زبان انگلیسی جهت بهره گیری از

روزها و ساعت برگزاری	مدت	تاریخ پایان	تاریخ شروع
شنبه و یک شنبه ها ۱۳ - ۸:۳۰	۴روز	۱۳۹۰/۶/۲۰	۱۳۹۰/۶/۱۲
شنبه ها ۱۳ - ۸:۳۰	۴روز	۱۳۹۰/۹/۲۶	۱۳۹۰/۹/۵

کارگاه آموزشی مذاکرات تجاری به زبان انگلیسی

هدف : آشنایی با چگونگی برقراری ارتباطات و مذاکرات تجاری و روش های مختلف مذاکره با توجه به اهداف تعیین شده

مخاطبان : مدیران و کارشناسان بخش بازرگانی خارجی

اهم عناوین مورد بحث :

- THE SUBTLE ART OF NEGOTIATION
- GUIDELINES FOR INTERNATIONAL BUSINESS NEGOTIATIONS.
- PREPARING FOR YOUR BUSINESS NEGOTIATIONS
- NEGOTIATIONS FOR EXPORT BUSINESS: ELEMENTS FOR SUCCESS
- NEGOTIATING STRATEGIES: THE QUESTION OF PRICE
- NEGOTIATING PAYMENT, DEFECTS LIABILITY AND DELIVERY
- CLOSING BUSINESS NEGOTIATIONS
- NEGOTIATING COOPERATIVE SUPPLIER RELATIONSHIPS : A PLANING FRAME WORK
- INTERNATIONAL NEGOTIATION STRATEGIES OF U.S. PURCHASING PROFESSIONALS
- WHAT ISSUES ARISE IN JOINT VENTURE NEGOTIATIONS
- DRAWING UP A CONTRACT FOR AN EXPORT JOINT VENTURE
- WHAT DOES YOUR CONTRACT REALLY SAY?
- RENEGOTIATION ISSUES IN INTERNATIONAL SALES CONTRACTS

* آشنایی کامل به زبان انگلیسی جهت بهره برداری از کلاس ضروری می باشد .

روزها و ساعت برگزاری	مدت	تاریخ پایان	تاریخ شروع
یکشنبه ها ۱۳ - ۸:۳۰	۴ روز	۱۳۹۰/۷/۳	۱۳۹۰/۶/۱۳
یکشنبه ها ۱۳ - ۸:۳۰	۴ روز	۱۳۹۰/۹/۲۷	۱۳۹۰/۹/۶

سمینار آموزشی آشنایی با بازار کشور عراق

هدف : آشنا سازی فعالان اقتصادی و ذینفعان با کشور عراق و راهکارهای توسعه روابط

مخاطبان : مدیران و کارشناسان بازرگانی تشکل ها و بنگاههای تولیدی و تجاری

اهم عناوین مورد بحث :

- اطلاعات اساسی عراق
- اهمیت و جایگاه عراق
- وضعیت کلی اقتصاد
- شاخص های اقتصادی
- روند مبادلات عراق با جهان (صادرات - واردات - اقلام عمده)
- نحوه حضور در بازار عراق
- چگونگی ثبت شرکت و تاسیس دفتر
- چگونگی حضور در مناقصات و مزایده های اعلام شده در عراق
- چگونگی اعطای نمایندگی به شرکای عراقی
- عضویت عراق در سازمان های بین المللی
- روابط دو جانبه سیاسی - اقتصادی و بازرگانی ایران و عراق
- روابط اقتصادی بین ایران و عراق
- زیرساختهای روابط اقتصادی با عراق
- مبادلات تجاری ایران و عراق (صادرات - واردات - اقلام عمده)
- زمینه های صدور خدمات فنی و مهندسی و سرمایه گذاری مشترک در عراق
- مشکلات و موانع توسعه مناسبات دوجانبه
- راهکارهای پیشنهادی

ارایه کننده: دفتر بازرگانی کشورهای عربی و آفریقایی سازمان توسعه تجارت ایران

زمان برگزاری	مدت	ساعت برگزاری
دوشنبه ۱۳۹۰/۶/۱۴	یک روز	۱۳ - ۸:۳۰

کارگاه آموزشی مدیریت فروش SALES MANAGEMENT

هدف: آشنایی با اصول طراحی استراتژی های فروش ، برنامه ریزی و مدیریت فروش و ارتباطات

مخاطبان: مدیران ارشد ومیانی بازرگانی، بازاریابی و فروش

اهم عناوین مورد بحث :

- معرفی بازاریابی به معنای جدید و علمی آن و تفاوت بازاریابی و فروش
- برنامه ریزی و مدیریت فروش در سطح ستادی
- فروش حضوری و ارتباطات (عملیات فروشنده)
- سهم بازار و چگونگی حفظ و افزایش آن
- ۲۰ توجیه برای فروش موفق
- شرح شغل، مهارتها و شرح وظایف فروشنده ، سرپرست فروش و مدیر فروش
- اشاره ای به مهندسی فروش
- تکنیک های افزایش فروش و سهم بازار
- اصول طراحی استراتژی های فروش
- پرسش و پاسخ

روزها و ساعت برگزاری	مدت	تاریخ پایان	تاریخ شروع
سه شنبه - چهارشنبه ۱۳ - ۸:۳۰	۲ روز	۱۳۹۰/۶/۱۶	۱۳۹۰/۶/۱۵
سه شنبه - چهارشنبه ۱۳ - ۸:۳۰	۲ روز	۱۳۹۰/۸/۴	۱۳۹۰/۸/۳

کارگاه تخصصی دسترسی به بازار در سازمان جهانی تجارت

هدف: چگونگی انجام مذاکرات مربوط به دسترسی به بازارهای کشورهای عضو سازمان جهانی تجارت

مخاطبان: مدیران و کارشناسان دستگاههای دولتی مرتبط با الحاق به سازمان جهانی تجارت

اهم عناوین مورد بحث:

- تعاریف مرتبط با تعرفه ها
- فنون یا تکنیکهای مذاکراتی برای دسترسی به بازار
- وضعیت دسترسی به بازار پس از دور اروگوئه
- آخرین وضعیت دسترسی به بازار در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه
- وضعیت دسترسی به بازار در کشورهای ملحق شده به سازمان جهانی تجارت

ساعت برگزاری	مدت	زمان برگزاری
۱۳ - ۸:۳۰	یک روز	سه شنبه ۱۳۹۰/۶/۱۵

سمینار آموزشی چگونگی رفع اختلافات گمرکی

هدف: آشنایی با منشاء اختلافات گمرکی و چگونگی رسیدگی به آن در کمیسیون های قانونی مرتبط

مخاطبان: مدیران و کارشناسان بازرگانی و ترخیص کاران گمرکی

اهم عناوین مورد بحث:

- منشاء اختلافات گمرکی
- رفع اختلافات گمرکی محل توقف کالا
- رفع اختلافات گمرکی دفاتر محل مرکزی در تهران
 - دفتر معین ارزش
 - دفتر نمونه
 - دفتر واردات
 - دفتر صادرات
- حل و فصل در کمیسیون های قانونی (در حکم دادگاه اداری):
 - کمیسیون رسیدگی به اختلافات گمرکی
 - کمیسیون تجدید نظر
- حقوق متقاضی در این کمیسیون ها

ساعت برگزاری	مدت	تاریخ برگزاری
۱۳ - ۸:۳۰	یک روز	چهارشنبه ۱۳۹۰/۶/۱۶

کارگاه آموزشی آشنایی با سازمانهای اقتصادی، بازرگانی بین المللی

هدف: آشنایی با سازمانهای بین المللی اقتصادی که فعالیت آنها به توسعه اقتصادی و بازرگانی کشورهای در حال توسعه کمک می کند.

مخاطبان: مدیران و کارشناسان بخش بازرگانی خارجی خصوصی ودولتی

اهم عناوین مورد بحث:

- آشنایی بامرکز بازرگانی بین المللی ITC
- آشنایی با سازمان جهانی تجارت و موافقت نامه های مرتبط با آن
 - موافقت نامه یارانه ها واقدامات مقابله به مثل
 - حقوق مالکیت معنوی در ارتباط با تجارت
 - قرارداد عمومی تجارت خدمات
 - روش های تجاری غیرمنصفانه
 - سایر قراردادها
- آشنایی مختصر با کنفرانس توسعه و تجارت سازمان ملل
- آشنایی با سازمان بهره وری آسیایی
- آشنایی با بانک توسعه اسلامی
- آشنایی با اتحادیه اروپا
- آشنایی با سایر سازمانهای اقتصادی و بازرگانی بین المللی

ساعت برگزاری	مدت	زمان برگزاری
۸:۳۰ - ۱۳	یک روز	دوشنبه ۱۳۹۰/۶/۲۱
۸:۳۰ - ۱۳	یک روز	دوشنبه ۱۳۹۰/۱۱/۱۰

کارگاه آموزشی آشنایی با اصطلاحات ، واژه ها و اسناد بازرگانی بین المللی

هدف آشنایی با مفاهیم و کاربرد واژه ها و اصطلاحات و اسنادی که بطور معمول و روزمره در بازرگانی خارجی کشور مورد استفاده قرار می گیرد

مخاطبان: مدیران و کارشناسان بازرگانی شرکت های تولیدی و صادراتی

اهم عناوین مورد بحث:

الف: تعاریف واژه ها و اصطلاحات

- تعریف صادرات و انواع آن (صادرات قطعی - صادرات موقت - صادرات مجدد - صادرات چمدانی)
- تعریف واردات و انواع آن (از نظر ارزی - از نظر شرایط ورود - از نظر گمرکی)
- تعریف اظهار و انواع اظهار در گمرک (اظهار کتبی - اظهار شفاهی - اظهار فیزیکی)
- حقوق گمرکی ، حقوق ورودی ، ترخیص قطعی
- سیستم تعرفه HS در گمرک (ساختار - مبانی - کدهای بین المللی - کدهای داخلی)
- تعریف تعرفه و انواع تعرفه های گمرکی (ارزشی - ثابت - مرکب - مخلوط - ترجیعی - تبعیضی)
- تعریف تشریفات گمرکی ، حقوق گمرکی ، حقوق ورودی ، ترخیص قطعی ، حقوق پایه گمرکی ، هزینه های گمرکی ، ارزیابی در گمرک ، ترخیص از گمرک ، ارزش گمرکی و نحوه تعیین ارزش در گمرک ، کوتاژ ، کابوتاژ ، دامپینگ Dumping

ب - اسناد گمرکی و بازرگانی (تعریف اسناد - نحوه صدور و کاربرد آنها)

- بارنامه ، راه نامه ، مانیفست ، پروفرا ، ترخیصیه ، قبض انبار ، بیجک انبار ، قبض سپرده ، قبض در آمد ، اعلامیه تامین ارز ، اعلامیه ورود کالا ، اظهارنامه گمرکی ، اظهارنامه اجمالی ، پروانه سبز گمرکی ، گواهی ضد عفونی ، گواهی بازرسی شخص ثالث ، گواهی وزن ، گواهی مبدا ، سیاهه خرید ، سیاهه تجاری ، سیاهه کنسولی ، اوراق ثبت سفارش ، گواهی تجزیه کالا ، سیاهه گواهی شده ، گواهی لیست سیاه ، گواهی بهداشت و سلامت ، پته گمرکی ، پته مسافری ، درخواست گشایش اعتبار اسنادی ، لیست بسته بندی و مشخصات کالا ، گواهی (کیفیت و بازرسی) کارخانه سازنده

روزها و ساعت برگزاری	مدت	تاریخ پایان	تاریخ شروع
سه شنبه و چهارشنبه ها ۱۳ - ۸:۳۰	۴ روز	۱۳۹۰/۶/۳۰	۱۳۹۰/۶/۲۲
سه شنبه و چهارشنبه ها ۱۳ - ۸:۳۰	۴ روز	۱۳۹۰/۱۲/۱۰	۱۳۹۰/۱۲/۲

کارگاه آموزشی آشنایی با مهارت های اعزام و پذیرش هیات های تجاری

هدف: آشنایی دفاتر خدمات گردشگری با سیاست ها و فرآیند اعزام یا پذیرش هیات های تجاری

مخاطبان: اعضای دفاتر خدمات گردشگری

- آشنایی با سیاست ها و حمایت های سازمان توسعه تجارت ایران در توسعه صادرات خدمات گردشگری
- آشنایی با سیاست ها و دستورالعمل های سازمان توسعه تجارت ایران در پذیرش و اعزام هیات های تجاری
- آشنایی با سازمان های اقتصادی بازرگانی داخلی و بین المللی و آشنایی با وظایف آنها
- آشنایی با منابع اطلاع رسانی تجاری
- آشنایی با فرآیندهای پذیرش و اعزام هیات های تجاری - بازرگانی
- مدیریت تورهای چند منظوره در خارج از کشور با گرایش نمایشگاههای بین المللی تخصصی و اجرای تورهای نمایشگاهی

ارایه کنندگان: دفتر توسعه صادرات خدمات ، دفتر ترویج تجارت سازمان توسعه تجارت ایران

تاریخ شروع	تاریخ پایان	مدت	روزها و ساعت برگزاری
۱۳۹۰/۶/۲۲	۱۳۹۰/۶/۲۳	دو روز	سه شنبه و چهارشنبه ۸:۳۰ - ۱۳

کارگاه آموزشی اصول و نحوه عملی تنظیم قراردادهای بازرگانی داخلی و

قراردادهای بین المللی بازرگانی خارجی

هدف: آشنائی با اصول و آیین تنظیم قراردادهای بازرگانی داخلی و قراردادهای بین المللی بازرگانی خارجی و آشنائی با چگونگی تهیه ، تدوین ، مذاکره ، انعقاد و اجرای آن

مخاطبان: مدیران و کارشناسان امور مالی و قراردادهای بنگاههای تولیدی و صادراتی

اهم عناوین مورد بحث :

الف- قراردادهای بازرگانی داخلی

- تعریف قرارداد چیست؟
- شرایط قرارداد از جنبه های حقوقی چه مواردی را شامل میگردد؟
- بررسی هایی که در مورد طرفین قرارداد (اشخاص حقیقی و حقوقی انجام میگردد، چه مواردی را باید پوشش دهد؟
- شرایطی که موضوع قرارداد باید داشته باشد کدامند؟
- آشنایی با تعاریف کوتاه از انواع عقود اسلامی که در تجارت داخلی توسط شرکت های بازرگانی ، تولیدی ، و صنعتی و بانک ها مورد استفاده قرار می گیرند مانند : مشارکت مدنی، جعاله، قروش اقساطی ، خرید دین ،
 - گروه بندی قراردادهای تسهیلاتی و ابزارهای مالی که می تواند منابع مالی قراردادهای را تامین نماید.
 - بررسی موارد مهم و کلیدی در تنظیم یک قرارداد بازرگانی داخلی
 - موضوع ، مدت قرارداد، مبلغ و مشخصات کالا ،
 - شرایط خرید فروش ، بیمه ، حمل و نقل ، انبارداری ،
 - روش پرداخت : نقدی ، چک ، سفته ، L/C داخلی ، ...
 - نحوه تعامل دو طرف ، موارد دیگر در قرارداد ،
- EXERCISE 1 قرارداد فروش را با توجه به اطلاعات داده شده تکمیل فرمایید.
- EXERCISE 2 مدیر عامل یک شرکت در مسافرت تجاری خود توافق هائی را یادداشت نموده است. جنابعالی به عنوان مدیر بازرگانی با توجه به یادداشتها، پیش نویس MOU را تهیه فرمائید.

ب- بررسی ساختار و چارچوب یک قرارداد جامع بازرگانی بین المللی

- خصوصیات یک قرارداد مطلوب چیست؟
- ساختار یک قرارداد بازرگانی بین المللی شامل چه موادی میتواند باشد؟
 - موضوع ، مدت قرارداد، مشخصات کالا ، مبلغ ، محل و زمان تحویل،.....
 - نحوه و زمان پرداخت ، روش پرداخت ، نقدی، برات ، اعتبارات اسنادی ،
 - حمل و نقل، بسته بندی، بازرسی، انواع ضمانت نامه ها ی بانکی،
 - قطعات یدکی ، آموزش، بیمه، مالیات، تاریخ نفوذ قرارداد،
 - زبان قرارداد، هزینه های قانونی، قانون حاکم، حل اختلاف،
- چگونه قرارداد فروش و قرارداد خرید را تهیه و تنظیم نمائیم؟
- نمونه قرارداد بازرگانی بین المللی فروش و توزیع
- نمونه قرارداد بازرگانی بین المللی نمایندگی
- چک لیست قراردادهای : بازرگانی، خرید، فروش، دادن نمایندگی، داخلی و بین المللی، ...
- چک لیست مدیران
- CASE STUDY3 تنظیم پیش نویس قرارداد فروش و صادرات
- ارایه نمونه های مختلف و تیپ قراردادهای تجاری با موضوعات گوناگون بازرگانی به فارسی و انگلیسی

Business Contracts

- English contracts
- The Characters of a Good Contract?
- Different Terms of contract, MOU, LOI, ...
- What is Agreement, PACT, ...
- General Contents of an “international Commercial Contract? “
- Preamble, Definitions, Subject of the contract/scope of work, ...
- General obligations of the supplier/seller, ...
- Payment Method, Payment Method, Training and Technical Assistance, ...
- Breach of contract, Penalties, Force Majeure, Contract Suspension, ...
- Sample of an Export Agreement.
- Sample of a Purchase Contract, Sales Contract.
- Sample of an “International AGENCY Contract “.
- Sample of an “International Sales & Distribution Contract “.
- Contract Check Lists.
- Several Contracts Templates.
- **STUDENTS ASSIGNMENT:READING THE CONTRACT TEXT IN THE CLASS**
- **Work book: The Work Book contains several exercises which must be done and submitted by the STUDENTS to the class**

آشنایی کامل به زبان انگلیسی جهت بهره برداری از کلاس ضروری می باشد

روزها و ساعت برگزاری	مدت	تاریخ پایان	تاریخ شروع
یک شنبه ها ۸:۳۰ - ۱۳	۴روز	۱۳۹۰/۷/۱۷	۱۳۹۰/۶/۲۷
یک شنبه ها ۸:۳۰ - ۱۳	۴روز	۱۳۹۰/۱۰/۱۸	۱۳۹۰/۹/۲۷

کارگاه آموزشی روش های دستیابی به منابع اطلاعات تجاری و نحوه تنظیم گزارشات بازرگانی با استفاده از شبکه جهانی اینترنت

هدف: آشنا ساختن تجار و علاقه مندان به فعالیت های بازرگانی با کاربری اینترنت در انجام فعالیت های بازاریابی، روشهای گزارش گیری، دستیابی به قوانین و مقررات تجاری با هدف افزایش توان رقابتی تجار کشور

مخاطبان: مدیران میانی و کارشناسان بازرگانی بین المللی

اهم عناوین مورد بحث:

- تعریف گزارش، مراحل تهیه، محتوا و چارچوب اصلی گزارش های کلایی و کشوری
- روشهای جستجو در اینترنت (جستجوی مقدماتی - جستجوی پیشرفته)
- آشنایی با مراکز و سازمانهای بین المللی مرتبط با امور اقتصادی و بازرگانی
- روشهای جمع آوری اطلاعات مرتبط با گزارشهای بازاریابی بر مبنای کالا و یا کشور از طریق شبکه جهانی اینترنت
- آشنایی با منابع مهم اطلاعات تجاری در ایران و جهان
- آشنایی با مفاهیم اولیه بازاریابی الکترونیکی
- آشنایی با E-mail Marketing و E-mail و نحوه به کارگیری آن در بازرگانی
- وب سایتهای اینترنتی و کارکردهای آن در بازاریابی الکترونیکی
- آشنایی با قوانین و مقررات و استانداردهای مورد نیاز صادرات و واردات کالا و شناسایی تعرفه کالاها و خدمات
- آشنایی با Business Plan (طرح تجاری)

ارایه کننده: دفتر اطلاع رسانی تجاری سازمان توسعه تجارت ایران

ساعت برگزاری	مدت	زمان برگزاری
۱۳ - ۸:۳۰	یک روز	دوشنبه ۱۳۹۰/۶/۲۸
۱۳ - ۸:۳۰	یک روز	دوشنبه ۱۳۹۰/۱۱/۱۷

سینار آموزشی آشنایی با بازار کشور روسیه

هدف: آشنا سازی فعالان اقتصادی و ذینفعان با کشور روسیه و راهکارهای توسعه روابط

مخاطبان: مدیران و کارشناسان بازرگانی تشکل ها و بنگاههای تولیدی و تجاری

اهم عناوین مورد بحث:

- اطلاعات اساسی روسیه
- اهمیت و جایگاه روسیه
- وضعیت کلی اقتصاد
- شاخص های اقتصادی
- روند مبادلات روسیه با جهان (صادرات - واردات - اقلام عمده)
- نحوه حضور در بازار روسیه
- چگونگی ثبت شرکت و تاسیس دفتر
- چگونگی حضور در مناقصات و مزایده های اعلام شده در روسیه
- چگونگی اعطای نمایندگی به شرکای روسیه
- عضویت در سازمان های بین المللی
- روابط دو جانبه سیاسی - اقتصادی و بازرگانی ایران و روسیه
- روابط اقتصادی بین ایران و روسیه
- زیرساختهای روابط اقتصادی با روسیه
- مبادلات تجاری ایران و روسیه (صادرات - واردات - اقلام عمده)
- زمینه های صدور خدمات فنی و مهندسی و سرمایه گذاری مشترک در روسیه
- مشکلات و موانع توسعه مناسبات دوجانبه
- راهکارهای پیشنهادی

ارایه کننده: دفتر بازرگانی کشورهای اروپا و آمریکا سازمان توسعه تجارت ایران

زمان برگزاری	مدت	ساعت برگزاری
سه شنبه ۱۳۹۰/۶/۲۹	یک روز	۱۳ - ۸:۳۰

کارگاه تخصصی موافقت نامه عمومی تجارت خدمات در سازمان جهانی تجارت

هدف: آشنائی بیشتر با چگونگی آزاد سازی هرچه بیشتر تجارت خدمات در سازمان جهانی تجارت

مخاطبان: مدیران و کارشناسان دستگاههای دولتی مرتبط با الحاق به سازمان جهانی تجارت

اهم عناوین مورد بحث:

۱. اهداف موافقت نامه تجارت خدمات

۲. ویژگیهای اصلی موافقت نامه تجارت خدمات

۳. شیوه های عرضه خدمات

۴. ساختار موافقت نامه تجارت خدمات

ساعت برگزاری	مدت	زمان برگزاری
۸:۳۰ - ۱۳	یک روز	سه شنبه ۱۳۹۰/۷/۵

سمینار آموزشی ممنوعیت های گمرکی

هدف: آشنایی با کالاهای ممنوع ورود، مشروط و مجاز و طرز عمل گمرک با این کالاها و مواردی در حکم ممنوعیت

مخاطبان: مدیران و کارشناسان بازرگانی و ترخیص کاران گمرکی

اهم عناوین مورد بحث:

- مقررات صادرات و واردات در تعریف کالاهای ممنوعه ورود، مشروط و مجاز
- حکم کالاهای ممنوع قانونی، شرعی، دولتی، و مشروط
- مستثنائات کالاهای ممنوعه شرعی، قانونی و دولتی
- اظهار خلاف راجع به این کالاها
- ضبط کالاهای ممنوعه قانونی، شرعی و غیر مجاز
- کالاهای مغایر با ضوابط بهداشتی، ایمنی و استاندارد
- تعیین تکلیف این کالاها
- مراجعی که ممکن است مجوز کالاهای ممنوعه را صادر نمایند.
- ممنوعیت هایی که طبق قانون گمرک وضع شده است

ساعت برگزاری	مدت	تاریخ برگزاری
۱۳ - ۸:۳۰	یک روز	چهارشنبه ۱۳۹۰/۷/۶

کارگاه آموزشی مدیریت بازاریابی استراتژیک

هدف: آشنا نمودن مدیران استراتژیک شرکت ها در مورد نقش حساس بازاریابی استراتژیکی در موفقیت شرکت ها

مخاطبان: مدیران ارشد معاونین بازرگانی؛ معاونین بازاریابی فروش و تبلیغات در روابط عمومی شرکت ها و سازمان ها

اهم عناوین مورد بحث:

- تعاریف و مفاهیم پایه
- بیانیه چشم انداز و بیانیه مأموریت
- عناصر محیطی اثر گذار بر مدیریت استراتژیک بازاریابی
- تحلیل نقاط قوت و ضعف درونی شرکت ها
- جهت گیری استراتژیک شرکت ها در مورد بازاریابی در شرایط مختلف محیط بازارها
- استراتژی های آمیخته بازاریابی مناسب برای ارضاء نیازها و خواسته های مشتریان هدف
- بخش بندی ابزارها، انتخاب بازارهای هدف و جایگاه سازی
- نقش استراتژیک تحقیقات بازاریابی در فرآیند بازاریابی
- مدیریت استراتژیک نام و نشان تجاری
- طراحی استراتژی های کانال توزیع
- مدیریت تبلیغات و ارتباطات
- گسترش فعالیت ها به بازارهای جهانی و نقش استراتژیک آن
- نقش فروش و مهارت های فروشندگی برای موفقیت در بازارهای رقابتی
- پرسش و پاسخ

روزها و ساعت برگزاری	مدت	تاریخ پایان	تاریخ شروع
شنبه - یکشنبه ۱۳ - ۸:۳۰	۲ روز	۱۳۹۰/۷/۱۰	۱۳۹۰/۷/۹

کارگاه آموزشی نام تجاری (Brand) و نقش آن در پیشبرد اهداف تجاری

هدف: آشنایی با جایگاه نام تجاری و راهکارهای پیاده سازی آن در سازمان ها

مخاطبان: مدیران عامل، بازاریابی و بازرگانی شرکت های تولیدی و تجاری

اهم عناوین مورد بحث:

- جایگاه برند در بازاریابی
- مبانی برند و جایگاه آن در سازمان
- روش های ارزیابی قدرت برند در سازمانها
- روش Aker
- روش Keller
- روش BAV
- روش ملی
- پیاده سازی استراتژی های برند در سازمان ها
- استراتژی برند در المانهای بصری
- استراتژی برند در روابط عمومی
- استراتژی برند در بازرگانی
- استراتژی برند در سازمان
- تدوین استراتژی برند
- ساختارها و سیاست های حمایتی در حوزه برند

ارایه کننده: دفتر توسعه صادرات کالا سازمان توسعه تجارت ایران

روزها و ساعت برگزاری	مدت	تاریخ پایان	تاریخ شروع
سه شنبه و چهارشنبه ۱۳ - ۸:۳۰	دو روز	۱۳۹۰/۷/۱۳	۱۳۹۰/۷/۱۲

سمینار آموزشی استفاده از روش های غیر اعتبار اسنادی

هدف : آشنایی با انواع ابزارهای پرداخت در تجارت بین الملل

مخاطبان : مدیران و کارشناسان بازرگانی و مالی شرکت های بنگاه های تولیدی و تجاری

اهم عناوین مورد بحث :

- اصول کلی در انتخاب منابع
- پیش بینی قیمت تمام شده
- آشنایی با اینکوترمز
- انواع روش های پرداخت
- آشنایی با URC
- چگونگی ارایه اسناد
- مخاطرات در وصولی
- خصوصیات برات
- بررسی مندرجات برات
- مطالعه موردی
- پرسش و پاسخ

روزها و ساعت برگزاری	مدت	تاریخ پایان	تاریخ شروع
سه شنبه و چهارشنبه ۸:۳۰ - ۱۳	۲ روز	۱۳۹۰/۷/۱۳	۱۳۹۰/۷/۱۲
یکشنبه و دوشنبه ۸:۳۰ - ۱۳	۲ روز	۱۳۹۰/۱۲/۸	۱۳۹۰/۱۲/۷

کارگاه آموزشی رقابت پذیری بنگاه ها توسعه فضای رقابتی

هدف: آشنایی با عوامل اثرگذار بر رقابت پذیری بنگاه ها و ابزارهای خلق مزیت رقابتی

مخاطبان: مدیران ارشد، مدیران بازرگانی، مدیران بازاریابی و فروش شرکت ها و سازمان ها

اهم عناوین مورد بحث:

- تعاریف و مفاهیم پایه (رقابت ؛ رقابت پذیری ؛ رقابت کردن)
- عوامل موثر در رقابت پذیری در سطح ملی
- عوامل موثر در رقابت پذیری سطح بین المللی
- عوامل موثر در رقابت پذیری بنگاه هادر سطح خرد
- نقش دولت در توسعه فضای رقابتی
- جهت گیری شرکت ها از بعد بازاریابی با توجه به فضای رقابتی ملی
- استراتژی های جایگاه سازی و تمایز
- ابزارهای مزیت رقابتی در کالاها و خدمات
- چشم انداز بیانیه رسالت اهداف و استراتژی و نقش آنها در توسعه فضای رقابتی
- برتری رقابتی و انواع رقابت
- مدل های ژنریک رقابت مایکل پورتر و نیروهای موثر بر رقابت در صنعت
- ویژگی های شایستگی های محوری
- رقابت جهانی و مزیت رقابت ملی رقابت پذیری بنگاه ها و توسعه فضای رقابتی
- پرسش و پاسخ

روزها و ساعت برگزاری	مدت	تاریخ پایان	تاریخ شروع
شنبه - یکشنبه ۱۳ - ۸:۳۰	۲ روز	۱۳۹۰/۷/۱۷	۱۳۹۰/۷/۱۶

کارگاه تخصصی جنبه های تجاری حقوق مالکیت فکری در سازمان جهانی تجارت

هدف: آشنائی بیشتر با حقوق ناشی از آفرینش ها و خلاقیت های فکری در زمینه های علمی، صنعتی، ادبی و هنری
در سازمان جهانی تجارت

مخاطبان: مدیران و کارشناسان دستگاه های دولتی مرتبط با الحاق به سازمان جهانی تجارت

اهم عناوین مورد بحث:

- سابقه مذاکرات حقوق مالکیت فکری
- چگونگی تصویب موافقت نامه جنبه های تجاری حقوق مالکیت فکری (تریپس)
- وضعیت حقوق مالکیت فکری
- اهداف، اصول و ویژگی های موافقت نامه
- مصادیق حقوق مالکیت فکری
- موافقت نامه تریپس و کشورهای در حال توسعه

ساعت برگزاری	مدت	زمان برگزاری
۸:۳۰ - ۱۳	یک روز	سه شنبه ۱۳۹۰/۷/۱۹

کارگاه آموزشی فرآیند تدوین برنامه بازاریابی (Marketing Plan)

هدف: آشنایی با اجزاء برنامه بازاریابی و تأثیر آن در تحقق اهداف برنامه های تجاری و برنامه های کلان شرکت و انواع تکنیک ها و روش های تدوین این برنامه

مخاطبان: مدیران و کارشناسان حوزه های بازرگانی، بازاریابی و فروش سازمانها

اهم عناوین مورد بحث:

- برنامه بازاریابی و جایگاه آن در برنامه تجاری و برنامه استراتژیک شرکت
- انواع تکنیک ها و روشهای تدوین برنامه بازاریابی
 - روش از بالا به پایین
 - روش از پایین به بالا
 - ارتباطات یکپارچه بازاریابی
- آشنایی با انواع الگوهای نظری تدوین برنامه بازاریابی
- آشنایی با فرآیند سیستماتیک تدوین برنامه بازاریابی
- اجزاء یک برنامه بازاریابی
 - خلاصه اجرایی
 - تحلیل وضعیت فعلی بازار
 - تجزیه تحلیل فرصتها
 - اهداف
 - خط مشی های بازاریابی
 - برنامه های عملیاتی
- مطالعه موردی (تدوین برنامه بازاریابی برای یک شرکت تولیدی یا خدماتی)

روزها و ساعت برگزاری	مدت	تاریخ پایان	تاریخ شروع
شنبه - یکشنبه ۱۳ - ۸:۳۰	۲ روز	۱۳۹۰/۷/۲۴	۱۳۹۰/۷/۲۳
یکشنبه - دوشنبه ۱۳ - ۸:۳۰	۲ روز	۱۳۹۰/۱۰/۲۶	۱۳۹۰/۱۰/۲۵

سمینار آموزشی آشنایی با بازار کشور هندوستان

هدف: آشنایی فعالان اقتصادی و ذینفعان با کشور هندوستان و راهکارهای توسعه مناسبات با آن کشور با توجه به تحولات آن کشور

مخاطبان: مدیران و کارشناسان بازرگانی تشکل ها و بنگاههای تولیدی و تجاری

اهم عناوین مورد بحث:

- اطلاعات اساسی هندوستان
- اهمیت و جایگاه هندوستان
- وضعیت کلی اقتصاد
- شاخص‌های اقتصادی
- روند مبادلات هندوستان با جهان
- نظام تجاری هندوستان
- عضویت در سازمان‌های بین‌المللی
- روابط دوجانبه سیاسی - اقتصادی و بازرگانی ایران و هندوستان
- روابط اقتصادی بین ایران و هندوستان
- زیرساخت‌های روابط اقتصادی با هندوستان
- مبادلات تجاری ایران و هندوستان
- شناسایی پتانسیل‌های صادراتی ایران و راهکارهای پیشنهادی جهت بهبود تراز تجاری با آن کشور
- زمینه‌های صدور خدمات فنی و مهندسی و سرمایه‌گذاری مشترک در هند
- مشکلات و موانع توسعه مناسبات دوجانبه و ارائه راهکارهای پیشنهادی

ارایه کننده: دفتر بازرگانی کشورهای آسیا و اقیانوسیه سازمان توسعه تجارت ایران

تاریخ برگزاری	مدت	ساعت برگزاری
دوشنبه ۱۳۹۰/۷/۲۵	یک روز	۱۳ - ۸:۳۰

کارگاه آموزشی تکنیک ها و روشهای افزایش فروش با استفاده از ابزارهای بازاریابی

هدف: آشنایی با طراحی استراتژی های فروش، روشها و تکنیک های افزایش فروش و سهم بازار

مخاطبان: مدیران ارشد و میانی بازرگانی، بازاریابی و فروش

اهم عناوین مورد بحث :

- جایگاه فروش و تکنیک های ارتقاء فروش در تفکرات نوین بازاریابی
- آشنایی با مکانیزم ارتباطات بعنوان زیربنای فعالیت های ارتقاء فروش
- نحوه برآورد هزینه فعالیت های پیشبردی متناسب با نوع سازمانها
- آشنایی با انواع ابزارهای پیشبردی
- فعالیت های تبلیغاتی
- فروش حضوری
- پیشبرد فروش
- روابط عمومی
- بازاریابی مستقیم
- تصمیم گیری در مورد آمیخته فعالیت های ارتقا فروش براساس انواع محصولات و دوره عمر محصول
- تحلیل رفتار مصرف کنندگان و نحوه استفاده از ابزارهای متنوع پیشبردی در تحریک آنها به خرید
- مکانیزم ارتباطات یکپارچه بازاریابی به منظور ارتقا اثربخشی فعالیت های ارتقای فروش در سازمانها
- مراحل تدوین یک برنامه جامع پیشبرد ارتقا فروش **Promotion Plan**

روزها و ساعت برگزاری	مدت	تاریخ پایان	تاریخ شروع
سه شنبه - چهارشنبه ۱۳ - ۸:۳۰	۲روز	۱۳۹۰/۷/۲۷	۱۳۹۰/۷/۲۶

سمینار آموزشی آشنایی با روش طبقه بندی کالا در گمرک

هدف : آشنایی با چگونگی طبقه بندی کالا در تشریفات گمرکی

مخاطبان : مدیران و کارشناسان بازرگانی و ترخیص کاران گمرکی

اهم عناوین مورد بحث :

- نظام های طبقه بندی کالا در گمرک (تاریخچه)
- نظام طبقه بندی موسوم به HS، سیستم هماهنگ شده توصیف و کدگذاری کالا
- قواعد عمومی (۶ قاعده)
- نقش فهرست طبقه بندی
- نقش متن شماره ها
- نقش یادداشت های قانونی
- نقش یادداشت های توضیحی
- آرای طبقه بندی سازمان جهانی گمرک
- استعلام تعرفه در گمرک

تاریخ برگزاری	مدت	ساعت برگزاری
چهارشنبه ۱۳۹۰/۷/۲۷	یک روز	۸:۳۰ - ۱۳

کارگاه آموزشی مدیریت تبلیغات تجاری

هدف : آشنایی با چگونگی اجرای برنامه های تبلیغاتی از طریق تکنیک های نوین و روشهای سنجش اثربخشی آن

مخاطبان : مدیران و کارشناسان واحدهای بازاریابی، تبلیغات و روابط عمومی

اهم عناوین مورد بحث:

- جایگاه تبلیغات در فعالیت های پیشبردی و برنامه بازاریابی
- فرآیند تدوین برنامه تبلیغاتی
- تجزیه و تحلیل انواع استراتژی های تبلیغاتی
- آسیب شناسی تبلیغات تجاری در ایران و رهنمودهایی جهت تبلیغات اثربخش
- ارتباطات یکپارچه بازاریابی (I.M.C) رویکردی نوین جهت ارتقاء اثربخشی فعالیتهای پیشبردی
- تکنیکها و روش های علمی سنجش اثربخشی تبلیغات (اندازه گیری اثربخشی فروش، اثربخشی ارتباطی قبل و بعد از پخش پیام)
- مطالعه موردی (Case Study) اثربخشی تبلیغات

روزها و ساعت برگزاری	مدت	تاریخ پایان	تاریخ شروع
یک شنبه - دوشنبه ۱۳ - ۸:۳۰	۲ روز	۱۳۹۰/۸/۹	۱۳۹۰/۸/۸
سه شنبه - چهارشنبه ۱۳ - ۸:۳۰	۲ روز	۱۳۹۰/۱۱/۲۶	۱۳۹۰/۱۱/۲۵

کارگاه تخصصی موافقت نامه های گمرکی در سازمان جهانی تجارت

هدف: بسترسازیهای اجرائی لازم در گمرکات کشورهای عضو سازمان جهانی تجارت به منظور یکسان سازی قواعد گمرکی

مخاطبان: مدیران و کارشناسان دستگاههای دولتی مرتبط با الحاق به سازمان جهانی تجارت

اهم عناوین مورد بحث:

- موافقت نامه ارزشگذاری گمرکی
- موافقت نامه قواعد مبدأ
- موافقت نامه بازرسی پیش از حمل
- موافقت نامه روبه های صدور مجوز ورود

ساعت برگزاری	مدت	زمان برگزاری
۱۳ - ۸:۳۰	یک روز	سه شنبه ۱۳۹۰/۸/۳

سمینار آموزشی آشنایی با بازار کشور اندونزی

هدف: آشنایی فعالان اقتصادی و ذینفعان با کشور اندونزی و راهکارهای توسعه مناسبات با آن کشور

مخاطبان: مدیران و کارشناسان بازرگانی، تشکل‌ها و بنگاه‌های تولیدی و تجاری

اهم عناوین مورد بحث:

- شناخت عمومی کشور اندونزی
- آشنایی با شاخص‌های اقتصادی
- شناخت زیرساخت‌های کشور
- عضویت کشور در پیمان‌ها و اتحادیه‌های منطقه‌ای و بین‌المللی و آنالیز آنها
- وضعیت تجارت خارجی اندونزی با جهان و تحلیل آن
- وضعیت تجارت خارجی اندونزی با ج.ا.ایران و تحلیل آن
- سبد مصرفی کالایی اندونزی
- وضعیت پروژه‌های خدمات فنی و مهندسی اندونزی
- آنالیز رفتار بازار و مصرف کننده در اندونزی
- تحلیل وضعیت رقابتی حاضر در بازار اندونزی
- استراتژی حضور موثر در بازار اندونزی و الزامات آن

ارایه کننده: دفتر بازرگانی کشورهای آسیا و اقیانوسیه سازمان توسعه تجارت ایران

تاریخ برگزاری	مدت	ساعت برگزاری
سه شنبه ۱۳۹۰/۸/۱۰	یک روز	۱۳ - ۸:۳۰

کارگاه آموزشی ارتباط موثر در مراودات بازرگانی و نقش آن در جذب و حفظ مشتری

هدف: آشنایی با آداب ارتباطات و فرهنگ مراودات بین المللی بازرگانی

مخاطبان: مدیران و کارشناسان بازرگانی، شرکت های تولیدی و تجاری

اهم عناوین مورد بحث:

- اجتماع، ارتباط و مذاکره
- حفظ مشتری فعلی و جذب مشتری جدید
- اهمیت آگاهی از نظرات مشتریان
- برخورد چهارگانه با مشتریان
- اهمیت ارتباطات در زندگی روزمره
- خوب سخن گفتن و سخن خوب: ادبیات خود را غنی کنیم
- هنر درست گوش دادن
- تاثیر ظاهر آراسته و لباس برازنده در ارتباطات اجتماعی
- اصول ارتباطات مردمی و ارتباط موثر
- تاثیر رعایت آداب در مراودات اجتماعی
- اصول و آداب دست دادن، مبادله کارت ویزیت
- بینش و نگرش و اثرات آن در کار و مراودات
- مزایای مثبت بودن
- ویژگیهای مدیران و بازرگانان موفق

ساعت برگزاری	مدت	تاریخ برگزاری
۱۳ - ۸:۳۰	یک روز	چهارشنبه ۱۳۹۰/۸/۱۱

سمینار آموزشی آسیب شناسی رفتاری در گمرک در ارتباط با واردات و صادرات

هدف : آشنایی با آسیب های رفتاری در فرآیند تشریفات گمرکی و راه های برون رفت از آن

مخاطبان : مدیران و کارشناسان بازرگانی و ترخیص کاران گمرکی

اهم عناوین مورد بحث :

- نقاط آسیب پذیر
- ثبت سفارش
- صدور مجوز
- آزمایشگاههای مستقر در گمرکات و آزمایشگاه های استاندارد
- حق العملکاران گمرکی
- حق العملکاران (بعنوان بازرگان عمل می کنند)
- ترخیص کاران شرکت ها
- شرکت های حمل و نقل
- ماموران گمرک
- ماموران انبارها
- چگونگی برون رفت از دایره آسیب ها
- نقش مدیران و مسئولین سازمانهای ذیربط در پیش گیری از بروز آسیب ها (گمرک ها ، استاندارد، سایر موسسات)

ساعت برگزاری	مدت	تاریخ برگزاری
۸:۳۰ - ۱۳	یک روز	چهارشنبه ۱۳۹۰/۸/۱۱

کارگاه آموزشی مدیریت نام تجاری

هدف : آشنایی با روش های خلق ، تقویت و حفظ از نام تجاری و معرفی برند بعنوان یک مزیت رقابتی

مخاطبان :: مدیران و کارشناسان بخش بازرگانی خارجی خصوصی ودولتی

اهم عناوین مورد بحث :

- تعاریف Branding , Brand
- چهار مرحله مدیریت نام تجاری (نام گذاری - خلق برند - تقویت و ارتقای برند - حفظ برند در بلند مدت)
- سطوح ششگانه نام تجاری (ویژگی ها - مزایا - منافع - فرهنگ - شخصیت و استفاده کننده)
- هویت نام تجاری (پیکره - شخصیت - فرهنگ - رابطه - خودانگاره - بازتابش)
- برند بعنوان یک مزیت رقابتی
- ویژگی های مطلوب هر نام تجاری و روش های نام گذاری
- سهم بازار و سهم برند
- توسعه نام تجاری و روش های آن
- چگونگی ارتقاء و تقویت نام تجاری در مراحل مختلف PLC
- مزایا و معایب نامه های تجاری واحد و چندگانه
- دام هایی که نام های تجاری را تهدید می کند
- چالش های یک نام تجاری در بلند مدت
- مدل های مختلف محاسبه ارزش ویژه نام تجاری از نظر Y&R _ آکر _ اینتر برند - کلر و
- معیارهای کمی و کیفی ارزیابی ارزش ویژه برند از طریق کارت اعتباری متوازن

روزها و ساعت برگزاری	مدت	تاریخ پایان	تاریخ شروع
سه شنبه - چهارشنبه ۱۳ - ۸:۳۰	۲ روز	۱۳۹۰/۸/۱۸	۱۳۹۰/۸/۱۷

کارگاه آموزشی مدیریت ارتباط با مشتریان (CRM)

هدف: آشنا نمودن مخاطبان با روش های با روش های نوین ارتباط با مشتریان در عصر تکنولوژی نوین اطلاعات، مدیریت شکایات مشتریان و روش های جلب رضایت آنها و روش های جلب رضایت مشتری

مخاطبان: مدیران ارشد، مدیران بازرگانی، بازاریابی، فروش، تبلیغات و روابط عمومی

اهم عناوین مورد بحث:

- تعاریف و مفاهیم پایه
- جهت گیری شرکت ها در مورد (CRM)
- ابزارهای ارزش آفرینی
- (CRM) در سازمانهای خدماتی و مدل سروکوال
- بخش بندی بازارها، انتخاب بازارهای هدف و جایگاه سازی
- آمیخته بازاریابی خدمات
- دلایل شکست برنامه های (CRM)
- اصول اساسی (CRM)
- ایجاد روابط بلند مدت با مشتریان
- مدیریت شکایت مشتریان
- روش های اندازه گیری رضایت مشتریان

روزها و ساعت برگزاری	مدت	تاریخ پایان	تاریخ شروع
شنبه - یکشنبه ۱۳ - ۸:۳۰	۲ روز	۱۳۹۰/۸/۲۲	۱۳۹۰/۸/۲۱
شنبه - یکشنبه ۱۳ - ۸:۳۰	۲ روز	۱۳۹۰/۱۰/۱۸	۱۳۹۰/۱۰/۱۷

کارگاه آموزشی تحقیقات بازاریابی بین المللی

هدف : آشنایی با مفاهیم تحقیقات بازاریابی بین المللی شامل روشهای شناخت مسئله تحقیق ، گردآوری اطلاعات ، تدوین طرح تحقیق ، ارائه گزارش نهایی و ...

مخاطبان : مدیران و کارشناسان بازرگانی ، بازاریابی، فروش و تحقیقات بازاریابی شرکتهای تولیدی و تجاری

اهم عناوین مورد بحث :

- تعاریف و مفاهیم پایه
- جهت گیری استراتژیک شرکت ها در ارتباط با تحقیقات بازاریابی
- تحقیقات بازاریابی بین المللی
- تحقیقات بازاریابی صنعتی و مصرف کننده
- شفاف سازی مسئله تحقیق در تحقیقات بازاریابی
- فرآیند تحقیقات بازاریابی
- چگونگی تدوین طرح تحقیق
- روش های گرد آوری اطلاعات دست دوم و دست اول
- چگونگی تدوین پرسشنامه تحقیق
- تعریف جامعه آماری و روش های نمونه گیری
- بخش بندی بازارها ، انتخاب بازارهای هدف و جایگاه سازی
- تفاوت تحقیقات بازاریابی و سیستم های اطلاعات بازاریابی
- تدوین چارچوب گزارش نهایی تحقیق

روزها و ساعت برگزاری	مدت	تاریخ پایان	تاریخ شروع
شنبه - یکشنبه ۱۳ - ۸:۳۰	۲ روز	۱۳۹۰/۸/۲۹	۱۳۹۰/۸/۲۸
شنبه - یکشنبه ۱۳ - ۸:۳۰	۲ روز	۱۳۹۰/۱۱/۳۰	۱۳۹۰/۱۱/۲۹

سمینار آموزشی آشنایی با ساختار بازار و اقتصاد آفریقا

هدف: آشنایی با بازار قاره آفریقا و شناخت کشورها و کالاهای حائز اولویت در توسعه روابط تجاری با این قاره

مخاطبان: مدیران و کارشناسان بازرگانی تشکل ها و بنگاههای تولیدی و تجاری

اهم عناوین مورد بحث:

- قاره آفریقا و بررسی اهمیت قاره آفریقا برای توسعه روابط سیاسی اقتصادی و تجاری با ایران
- بررسی عوامل مؤثر در انتخاب و رتبه بندی کشورهای آفریقایی جهت توسعه روابط اقتصادی
- کشورهای هدف (اولویت دار آفریقا) برای توسعه روابط تجاری
- زیر ساختهای حقوقی موجود (بارویکرد اقتصادی) با کشورهای هدف آفریقایی
- وضعیت عضویت کشورهای هدف قاره آفریقا در ترتیبات و بلوکهای اقتصادی منطقه ای و بین المللی و اهمیت آن
- اقلام مهم مبادلاتی (صادرات-واردات) غیرنفتی جمهوری اسلامی ایران به تفکیک کشورهای هدف قاره آفریقا
- بررسی کالاهای دارای پتانسیل صادراتی به آفریقا
- بررسی میزان تعرفه گروه های کالایی کشورهای هدف آفریقایی
- بررسی شاخصهای فضای کسب و کار تجاری و تجارت فرامرزی کشورهای هدف قاره آفریقا در سال ۲۰۱۰
- مروری بر تجربیات کاربردی بازرگانان و فعالان اقتصادی در قاره آفریقا
- نگاهی به ملزومات اجرایی و عملیاتی کار با آفریقا

ارابه کننده: دفتر بازرگانی کشورهای عربی و آفریقایی سازمان توسعه تجارت ایران

زمان برگزاری	مدت	ساعت برگزاری
دوشنبه ۱۳۹۰/۸/۳۰	یک روز	۱۳ - ۸:۳۰

کارگاه آموزشی تشریفات بین المللی تجارت

هدف: آشنایی با آداب متعارف بین المللی تجارت و بازرگانی با ملل گوناگون

مخاطبان: مدیران فروش و بازاریابان شرکت های تجاری

اهم عناوین مورد بحث:

- مولفه ها و ابعاد تجارت بین الملل
- کاهش مشکلات سفر
- خوش پوشی و متعلقات لباس و اصول آراستگی
- آداب ورود و درود
- الفبای تجارت و تاثیر محیط مثبت بر آن
- اهم آداب مذاکرات تجاری بین المللی
- مهمانی تجاری
- رفتار فاخر با زنان و نبرد نسل ها
- فرهنگ سازمانی در محیط محدودتر
- جلسات رسمی و آداب آن
- تجارت و اطلاعات
- عرضه داشته ها و دانسته ها
- برند شما چیست؟
- آداب مکاتبات تجاری، راهنمای فرهنگی برای صادرکنندگان
- اصولی چند برای کارت ویزیت
- آداب تلفن و نامه های الکترونیکی
- رفتار هوشمندانه در مجموعه اقوام

ساعت برگزاری	مدت	تاریخ برگزاری
۱۳ - ۸:۳۰	یک روز	چهارشنبه ۱۳۹۰/۹/۲

سمینار آموزشی کسر یا اضافه دریافتی ها و نحوه تسویه آنها در گمرک

هدف : آشنایی با کسر یا اضافه دریافتی ها و نحوه تسویه آنها در گمرک

مخاطبان مدیران و کارشناسان بازرگانی و ترخیص کاران گمرکی

اهم عناوین مورد بحث :

- مرور زمان در گمرک (مبداء؛ قطع مرور زمان و ...)
- مطالبات گمرک از صاحب کالا
- درخواست استرداد صاحب کالا از گمرک
- ضوابط مربوط به مطالبه نامه ها و اوراق استرداد
- بدهی های قطعی
- توقیف کالا بوسیله گمرک در عوض بدهی های قطعی
- نحوه ابلاغ به صاحب کالا یا نماینده قانونی او
- رسیدگی اختلافات راجع به کسر و اضافه دریافتی ها در مراحل قانونی

تاریخ برگزاری	مدت	ساعت برگزاری
چهارشنبه ۱۳۹۰/۹/۲	یک روز	۱۳ - ۸:۳۰

سمینار آموزشی آشنایی با بازار کشور قزاقستان

هدف : آشنا سازی فعالان اقتصادی و ذینفعان با کشور قزاقستان و راهکارهای توسعه روابط

مخاطبان : مدیران و کارشناسان بازرگانی شکل ها و بنگاههای تولیدی و تجاری

اهم عناوین مورد بحث :

- اطلاعات اساسی قزاقستان
- اهمیت و جایگاه قزاقستان
- وضعیت کلی اقتصاد
- شاخص های اقتصادی
- روند مبادلات قزاقستان با جهان (صادرات - واردات - اقلام عمده)
- نحوه حضور در بازار قزاقستان
- چگونگی ثبت شرکت و تاسیس دفتر
- چگونگی حضور در مناقصات و مزایده های اعلام شده در قزاقستان
- چگونگی اعطای نمایندگی به شرکای قزاقستان
- عضویت در سازمان های بین المللی
- روابط دو جانبه سیاسی - اقتصادی و بازرگانی ایران و قزاقستان
- روابط اقتصادی بین ایران و قزاقستان
- زیرساختهای روابط اقتصادی با قزاقستان
- مبادلات تجاری ایران و قزاقستان (صادرات - واردات - اقلام عمده)
- زمینه های صدور خدمات فنی و مهندسی و سرمایه گذاری مشترک در قزاقستان
- مشکلات و موانع توسعه مناسبات دو جانبه
- راهکارهای پیشنهادی

ارایه کننده: دفتر بازرگانی کشورهای اروپا و آمریکا سازمان توسعه تجارت ایران

ساعت برگزاری	مدت	زمان برگزاری
۱۳ - ۸:۳۰	یک روز	دو شنبه ۱۳۹۰/۹/۷

کارگاه تخصصی موافقت نامه کشاورزی در سازمان جهانی تجارت

هدف: آشنائی بیشتر با تعهدات موافقت نامه کشاورزی در زمینه دسترسی به بازار، حمایت‌های داخلی و یارانه های صادراتی در کشورهای عضو سازمان جهانی تجارت

مخاطبان: مدیران و کارشناسان دستگاه‌های دولتی مرتبط با الحاق به سازمان جهانی تجارت

اهم عناوین مورد بحث:

- اهداف، ساختار و ارکان اصلی موافقت نامه کشاورزی
- مذاکرات دور دوحه و بخش کشاورزی
- تعهدات اعضای سازمان جهانی تجارت در ارتباط کشاورزی
- حمایت های داخلی و یارانه های صادراتی در موافقت نامه کشاورزی

ساعت برگزاری	مدت	زمان برگزاری
۱۳ - ۸:۳۰	یک روز	سه شنبه ۱۳۹۰/۹/۸

کارگاه تخصصی استانداردها در سازمان جهانی تجارت

هدف: آشنائی با مقررات مربوط به استانداردهای بهداشتی و فنی در سازمان جهانی تجارت

مخاطبان: مدیران و کارشناسان دستگاههای دولتی مرتبط با الحاق به سازمان جهانی تجارت

اهم عناوین مورد بحث:

- ارتباط سازمان جهانی تجارت با سازمان استاندارد جهانی
- الزامات مربوط به تعیین استانداردها در کشورهای عضو سازمان جهانی تجارت
- موافقت نامه موانع فنی فرا راه تجارت (TBT)
- موافقت نامه اقدامات بهداشتی و بهداشت نباتی (SPS)

ساعت برگزاری	مدت	زمان برگزاری
۱۳ - ۸:۳۰	یک روز	سه شنبه ۱۳۹۰/۹/۲۲

سمینار آموزشی تخلفات در امور گمرکی

هدف: آشنایی با تعریف و مصادیق تخلفات گمرکی و آثار آن بر فعالیت های اقتصادی

مخاطبان: مدیران و کارشناسان بازرگانی و ترخیص کاران گمرکی

اهم عناوین مورد بحث:

- تعریف، تخلف، تقلب، اظهار خلاف در گمرک
- مصادیق تخلفات گمرکی
- قاچاق گمرکی
- تعریف
- مصادیق
- چگونگی احتراز از بروز تخلف و قاچاق گمرکی
- جرایم مربوط به تخلفات و قاچاق
- آثار تخلفات و قاچاق بر فعالیت های اشخاص
- مراحل رسیدگی به تخلفات و قاچاق گمرکی

ساعت برگزاری	مدت	تاریخ برگزاری
۱۳ - ۸:۳۰	یک روز	چهارشنبه ۱۳۹۰/۹/۲۳

کارگاه تخصصی حل اختلاف در سازمان جهانی تجارت

هدف: آشنائی بیشتر با نظام حل و فصل اختلافات در سازمان جهانی تجارت

مخاطبان: مدیران و کارشناسان دستگاههای دولتی مرتبط با الحاق به سازمان جهانی تجارت

اهم عناوین مورد بحث:

- حل اختلاف در گات ۱۹۴۷
- ارزیابی نظام حل اختلاف گات ۱۹۴۷
- حل اختلاف در سازمان جهانی تجارت
- رویه های حل اختلاف

ساعت برگزاری	مدت	زمان برگزاری
۸:۳۰ - ۱۳	یک روز	سه شنبه ۱۳۹۰/۱۰/۶

سمینار آموزشی ارزش گذاری کالاهای ورودی در گمرک

هدف : آشنایی با روش ها و معیار های ارزشگذاری گمرکی طبق قانون گمرک

مخاطبان : مدیران و کارشناسان بازرگانی و ترخیص کاران گمرکی

اهم عناوین مورد بحث :

- نقش ارزش گمرکی در حقوق ورودی و شرایط ورود
- نقش اسناد خرید، پیش فاکتور و تاثیر هر کدام در ارزشگذاری در گمرک
- سیاهه کنسولی و تفاوت آن با سیاهه بازرگانی که به تایید اتاق بازرگانی محل صدور و نمایندگی سیاسی کشور محل ورود در محل صدور نرسیده است.
- معیارهای تعیین ارزش در گمرک طبق قانون گمرک
- ارزش معاملاتی و نقش آن در انتخاب و اعمال معیارهای ارزشگذاری در گمرک
- مقایسه ضوابط و معیارهای GATT و قانون گمرک در ارزشگذاری

تاریخ برگزاری	مدت	ساعت برگزاری
چهارشنبه ۱۳۹۰/۱۰/۷	یک روز	۱۳ - ۸:۳۰

کارگاه آموزشی استراتژی های فروش و بازاریابی در شرایط رکود و بحران

هدف : آشنایی با راهکارهای پیشبرد فروش و بازاریابی در شرایط بحران و رکود

مخاطبان : مدیران و کارشناسان بنگاه های تولیدی و تجاری

اهم عناوین مورد بحث :

- واژه های مهم در اقتصاد کلان (رونق، رکود، تورم ، بحران، بهبود)
- اشاره کوتاهی به طیف فعالیت های بازاریابی و فروش
- واکنش های بازار در شرایط بحران و رکود
- تصمیمات مشتری در مورد محصول، قیمت و خرید در رکود و بحران
- تصمیمات عرضه کننده در مورد محصول، توزیع و تبلیغ در رکود و بحران
- استراتژی های تولید کننده و توزیع کننده در شرایط رکود و بحران (محصول، قیمت ، توزیع، تبلیغ)
- راه کارهای بقا برای شرکت ها در شرایط بحران و رکود
- توصیه ها در شرایط بحران و رکود
- پرسش و پاسخ

روزها و ساعت برگزاری	مدت	تاریخ پایان	تاریخ شروع
سه شنبه - چهارشنبه ۱۳ - ۸:۳۰	۲ روز	۱۳۹۰/۱۰/۲۱	۱۳۹۰/۱۰/۲۰

کارگاه تخصصی خریدهای دولتی و تجارت دولتی در سازمان جهانی تجارت

هدف: آشنائی بیشتر با مقررات و ضوابط مربوط به خریدهای دولتی و تجارت دولتی در سازمان جهانی تجارت

مخاطبان: مدیران و کارشناسان دستگاههای دولتی مرتبط با الحاق به سازمان جهانی تجارت

اهم عناوین مورد بحث:

- تعهدات در چارچوب موافقت نامه تدارکات دولتی
- روشهای انجام تدارکات دولتی
- رفتار ویژه و متفاوت با کشورهای در حال توسعه
- استثنائات موافقت نامه تدارکات دولتی

ساعت برگزاری	مدت	زمان برگزاری
۱۳ - ۸:۳۰	یک روز	سه شنبه ۱۳۹۰/۱۱/۱۱

سمینار آموزشی آشنایی با بازار کشور بلاروس

هدف: آشنا سازی فعالان اقتصادی و ذینفعان با کشور بلاروس و راهکارهای توسعه روابط

مخاطبان: مدیران و کارشناسان بازرگانی تشکل ها وبنگاههای تولیدی و تجاری

اهم عناوین مورد بحث:

- اطلاعات اساسی بلاروس
- اهمیت و جایگاه بلاروس
- وضعیت کلی اقتصاد
- شاخص های اقتصادی
- روند مبادلات بلاروس با جهان (صادرات - واردات - اقلام عمده)
- نحوه حضور در بازار بلاروس
- چگونگی ثبت شرکت و تاسیس دفتر
- چگونگی حضور در مناقصات و مزایده های اعلام شده در بلاروس
- چگونگی اعطای نمایندگی به شرکای بلاروس
- عضویت در سازمان های بین المللی
- روابط دو جانبه سیاسی - اقتصادی و بازرگانی ایران و بلاروس
- روابط اقتصادی بین ایران و بلاروس
- زیرساختهای روابط اقتصادی با بلاروس
- مبادلات تجاری ایران و بلاروس (صادرات - واردات - اقلام عمده)
- زمینه های صدور خدمات فنی و مهندسی و سرمایه گذاری مشترک در بلاروس
- مشکلات و موانع توسعه مناسبات دوجانبه
- راهکارهای پیشنهادی

ارایه کننده: دفتر بازرگانی کشورهای اروپا و آمریکا سازمان توسعه تجارت ایران

زمان برگزاری	مدت	ساعت برگزاری
سه شنبه ۱۳۹۰/۱۱/۱۱	یک روز	۱۳ - ۸:۳۰

کارگاه آموزشی تشریفات در نمایشگاههای بین المللی داخل و خارج از کشور

هدف: آشنایی با آداب تشریفات در نمایشگاههای بین المللی

مخاطبان: مدیران و کارشناسان شرکت های ، تولیدی، تجاری و نمایشگاهی

اهم عناوین مورد بحث :

- مولفه ها و ابعاد تجارت بین الملل
- ظاهری آراسته و لباس برازنده
- کاهش مشکلات سفر
- اهم آداب مذاکرات تجاری در نمایشگاههای بین المللی
- مهمانی تجاری
- جلسات رسمی و محیط مذاکره در نمایشگاه
- برند شما چیست؟
- حریم های انسانی در روابط بین المللی
- آداب مکاتبات تجاری، راهنمای فرهنگی برای صادرکنندگان
- کارت ویزیت و مبادله هدایا
- رفتار هوشمندانه در نمایشگاههای بین المللی

ساعت برگزاری	مدت	تاریخ برگزاری
۱۳ - ۸:۳۰	یک روز	چهارشنبه ۱۳۹۰/۱۱/۱۹

سمینار آموزشی اسناد گمرکی ملی و بین المللی

هدف : آشنایی با اسناد مورد استفاده در تشریفات گمرکی

مخاطبان: مدیران و کارشناسان بازرگانی و ترخیص کاران گمرکی

اهم عناوین مورد بحث :

- اسناد گمرکی ملی
- نقش و اهمیت این اسناد
- تفاوت بین اسناد گمرکی و فرم های گمرکی
- تفاوت بین اسناد گمرکی و اسناد خرید و حمل
- اسناد وصول در گمرک
- کاربرد برندهای گمرکی و پته
- کاربرد پنه عبور
- کاربرد قبض درآمد
- اسناد پته
- صدور المثنی از اسناد وصول
- اسناد گمرکی بین المللی
- - کارنه TIR
- - کارنه ATA
- - کارنه CPD

تاریخ برگزاری	مدت	ساعت برگزاری
چهارشنبه ۱۳۹۰/۱۱/۲۶	یک روز	۱۳ - ۸:۳۰

کارگاه آموزشی مدیریت بازاریابی برای مدیران ارشد

هدف: آشنا نمودن مخاطبان با نقش استراتژیک بازاریابی در رشد و توسعه کسب و کارها در هزاره سوم

مخاطبان: مدیران ارشد؛ معاونین بازرگانی و بازاریابی؛ مدیران عامل و اعضاء هیأت مدیره شرکت ها و سازمان ها

اهم عناوین مورد بحث :

- تعاریف و مفاهیم پایه
- جهت گیری استراتژیک شرکت ها در مورد تامین نیاز بازارها با توجه به شرایط رقابتی
- بخش بندی بازارها ، انتخاب بازارهای هدف جایگاه یابی
- آمیخته بازاریابی به عنوان ابزار مزیت ساز رقابتی
- استراتژی های متمایزسازی
- مدیریت شکایت مشتریان و اندازه گیری رضایت مشتریان
- راهکارهای خلق ارزش برای مشتریان
- استراتژی های قیمت گذاری
- بیانیه چشم انداز و بیانیه ماموریت
- تجزیه و تحلیل نقاط قوت و ضعف و فرصت ها و تهدیدات
- تجزیه و تحلیل شرکت ، مشتری، رقبا
- چگونگی تدوین یک طرح بازاریابی
- مدیریت کانال توزیع و پخش
- طراحی و تدوین ابزارهای تبلیغاتی
- مدیریت زنجیره تامین
- پرسش و پاسخ

روزها و ساعت برگزاری	مدت	تاریخ پایان	تاریخ شروع
شنبه - یکشنبه ۱۳ - ۸:۳۰	۲ روز	۱۳۹۰/۱۲/۷	۱۳۹۰/۱۲/۶

کارگاه آموزشی مدیریت شکایت مشتریان

هدف: آشنایی با نظام مدیریت شکایت مشتریان و مهارت‌های برخورد با مشتریان شاکی به منظور تامین رضایت آنها و جلوگیری از تبلیغات منفی

مخاطبان: مدیران و کارشناسان بازرگانی، فروش و صادرات شرکت های تولیدی و تجاری

اهم عناوین مورد بحث :

- مفهوم مدیریت شکایت مشتریان و اهداف آن
- تحلیل رفتاری گروه های مختلف مشتریان شاکی
- فرآیند رسیدگی به شکایات مشتریان
- ترغیب مشتریان به ارائه شکایت
- جمع آوری داده های مربوط به شکایت و انواع کانال های طرح شکایت (کانال های ارتباطی گفتاری، نوشتاری، تلفنی و الکترونیک)
- راه های رسیدگی به شکایات و حل مساله
- بازیابی اطلاعات و کنترل جهت بهبود سیستم
- نحوه برخورد با مشتریان شاکی
- تجزیه و تحلیل رفتار مشتریان ایرانی و نگرش آنها در مورد نظام رسیدگی به شکایات مشتریان با استفاده از یافته های یک تحقیق میدانی
- بررسی تجربیات موفق برخی از شرکت ها و سازمان های ایرانی در رسیدگی به شکایات مشتریان

تاریخ برگزاری	مدت	ساعت برگزاری
شنبه ۱۳۹۰/۱۲/۱۳	یک روز	۱۳ - ۸:۳۰